

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

**И.о. декана факультета социально-
культурного сервиса и туризма**

к.э.н., доцент Иволга А.Г

«25» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.02 Имиджелогия в социально-культурном сервисе

Шифр и наименование дисциплины

43.03.03 Гостиничное дело

код и наименование направления подготовки

**Сервис гостинично-ресторанных, туристских, спортивных и
развлекательных комплексов**

Бакалаврская программа

Бакалавр

Квалификация выпускника

Очная, заочная

Форма обучения

2022

год набора

Ставрополь

1. Цели дисциплины

Основной целью дисциплины «Имиджелогия в социально-культурном сервисе» является формирование у студентов представления об имиджелогии и имиджмейкинге как о специфической области коммуникативистики. Во время обучения студенты знакомятся с понятием «имидж», его местом и ролью в современном обществе, с особенностями его анализа, формирования и управления им.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2 способен осуществлять управление ресурсами департаментов (служб, отделов) организации индустрии гостеприимства	ПК-2.1 осуществляет формирование и функционирование системы бизнес-процессов в деятельности подразделений предприятий индустрии гостеприимства	Знания: системы методов формирования имиджа и уметь их использовать; механизмов, динамики и тенденции модели формирования имиджа, видов и способов восприятия информации, влияющей на формирование имиджа каждого типа субъекта (индивидуального, группового, корпоративного, системно-корпоративного и предметного имиджа)
		Умения: анализировать конкретные технологии формирования имиджа всех типов субъектов - индивидуального, группового, корпоративного, системно-корпоративного и предметного имиджа; использовать технологии проектирования и построения желательного имиджа субъекта с учетом целей и особенностей имиджевой аудитории;
		Навыки и/или трудовые действия: Владения способностью к разработке и предоставлению гостиничного продукта, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Данная дисциплина Б1.В.02 «Имиджелогия в социально-культурном сервисе» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Изучение дисциплины осуществляется:

- для студентов очной формы обучения в 6 семестре;
- для студентов заочной формы обучения на 3 курсе;

Для освоения дисциплины «Имиджелогия в социально-культурном сервисе» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Технологическое предпринимательство»; «Учебная организационно-управленческая

практика»; «Ознакомительная практика»; «Организация сервисной деятельности объектов сельского туризма».

Освоение дисциплины «Имиджелогия в социально-культурном сервисе» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин: «Организация и технология работы гостиничных служб»; «Спортивно-оздоровительный сервис»; «Основы гостиничного бизнеса»; «Техника и технологии сервисной деятельности»; «Организация и планирование деятельности предприятий сервиса»; «Организация продвижения сервисных услуг»; «Организация работы АХС в гостинице»; «Бухгалтерский учет в сфере гостиничной деятельности»; «Качество гостинично-ресторанных услуг»; «Основы проектирования гостинично-ресторанных услуг»; «Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности в социально-культурном сервисе и туризме»; «Финансово-экономический анализ деятельности предприятий в социально-культурном сервисе и туризме»; «Особенности транспортного обслуживания»; «Туристские формальности»; «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена»; «Выполнение и защита выпускной квалификационной работы».

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины «Имиджелогия в социально-культурном сервисе» в соответствии с рабочим учебным планом составляет 108 час.(3 з.е.). Распределение по видам работ представлено в таблицах.

Очная форма обучения

Семестр	Трудоемкость час/з.е	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
6	108/3	18	36	-	54	-	Зачет
<i>в т.ч. часов в интерактивной форме</i>		<u>4</u>	<u>6</u>	-	-	-	-
<i>практической подготовки</i>		<u>18</u>	<u>36</u>		54		

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
6	1	108/3	-	0,12	-	-	-

Заочная форма обучения

курс	Трудоемкость час/з.е	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
3	108/3	4	10	-	90	4	Зачет
<i>в т.ч. часов в интерактивной форме</i>		2	4	-	-	-	-
<i>практической подготовки</i>		4	10	-	90	-	-

Курс	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен

3	108/3	-	-	0,12	-	-	-
---	-------	---	---	------	---	---	---

Очно-заочная форма обучения – не реализуется

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы (и/или разделы) дисциплины	Количество часов				Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов в компетенции	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Практические	Сам. работа			
1.	Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета	8	2	2	4	Устный опрос, тест	Перечень вопросов к собеседованию	ПК-2.1
2.	Классификация и типология имиджей функции имиджа	10	2	4	4	Устный опрос, практико-ориентированные задачи	Перечень вопросов к собеседованию комплект ситуационных задач	ПК-2.1
3.	Концептуальные модели корпоративного имиджа	10	2	4	4	Устный опрос, реферат, кейс	Перечень вопросов к собеседованию комплект ситуационных задач	ПК-2.1
	Контрольная точка по темам 1-3	8	-	2	6	Контрольная работа	Комплект контрольных работ	ПК-2.1
4.	Взаимосвязь компонентов имиджа руководителя и внутреннего имиджа организации	10	2	4	4	Устный опрос, практико-ориентированные задачи	Перечень вопросов к собеседованию	ПК-2.1
5.	Внешний неосязаемый имидж организации	10	2	4	4	Устный опрос, кейс	Перечень вопросов к собеседованию комплект ситуационн	ПК-2.1

1	Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета	10	1	1	8	Устный опрос, тест	Перечень вопросов к собеседованию	ПК-2.1
2.	Классификация и типология имиджей функции имиджа	10	1	1	8	Устный опрос, практико-ориентированные задачи	Перень вопросов к собеседованию комплект ситуационных задач	ПК-2.1
3.	Концептуальные модели корпоративного имиджа	10	1	1	8	Устный опрос, реферат, кейс	Перечень вопросов к собеседованию комплект ситуационных задач	ПК-2.1
	Контрольная точка по темам 1-3	7	-	1	6	Контрольная работа	Комплект контрольных работ	ПК-2.1
4.	Взаимосвязь компонентов имиджа руководителя и внутреннего имиджа организации	10	1	1	8	Устный опрос, практико-ориентированные задачи	Перечень вопросов к собеседованию	ПК-2.1
5.	Внешний и неосязаемый имидж организации	9	-	1	8	Устный опрос, кейс	Перечень вопросов к собеседованию комплект ситуационных задач	ПК-2.1
6.	Персональный имидж: атрибуты, составляющие и формирование имиджа	9	-	1	8	Устный опрос, тест, реферат	Перечень вопросов к собеседованию комплект ситуационных задач	ПК-2.1
	Контрольная точка по темам 4-6	7	-	1	6	Контрольная работа	Комплект контрольных работ	ПК-2.1
7.	Технологии самопрезентации	9	-	1	8	Устный опрос, тест, кейс	Перечень вопросов к собеседованию	ПК-2.1
8.	Факторы, методы и инструменты	8	-	-	8	Устный опрос, кейс	Перечень вопросов к	ПК-2.1

	формирования имиджа						собеседованию комплект ситуационных задач	
9.	Индустрия имиджмейкера и ее перспективы в современном обществе	8	-	-	8	Устный опрос, реферат	Перечень вопросов к собеседованию комплект ситуационных задач	ПК-2.1
	Контрольная точка по темам 7-9	7	-	1	6	Контрольная работа	Комплект контрольных работ	ПК-2.1
	Всего	104	4	10	90			
	Практическая подготовка	104	4	10	90			
	Промежуточная аттестация	4	-	-	4	Зачет	Комплект вопросов к зачету	ПК-2.1
	Итого:	108	4	10	94			

Очно-заочная форма обучения-не реализуется

5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий*

Тема лекции (и/или наименование раздела) (вид интерактивной формы проведения занятий*)/(практическая подготовка)	Содержание темы (и или раздела)	Всего, часов / часов интер.занятий/ практическая подготовка	
		очная форма	заочная форма
1. Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета практическая подготовка	Введение в имиджелогию. Истоки имиджелогии. Имиджелогия - отрасль современного человековедения. Определение понятия имиджелогия, образа, облика. Имидж и маска. Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Имидж как одаренность.	2/-/2	1/-/1

Тема лекции (и/или наименование раздела) (вид интерактивной формы проведения занятий*)/(практическая подготовка)	Содержание темы (и или раздела)	Всего, часов / часов интер.занятий/ практическая подготовка	
		очная форма	заочная форма
2. Классификация и типология имиджей функции имиджа <i>лекция-дискуссия/ практическая подготовка</i>	Ключевые имиджевые характеристики объекта. Проблема объекта и субъекта имиджа. 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 изменении имиджа. Типология личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности.	2/-/2	1/1/1
3. Концептуальные модели корпоративного имиджа <i>лекция-дискуссия/ практическая подготовка</i>	Понятие корпоративного имиджа. Роль имиджа учреждения (организации, формы) в условиях современного рынка услуг. Характеристика фирмы, организации с учетом ее функциональных связей и решаемых задач. Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой. Оптимальная структура внешнего имиджа учреждения. Изучение имиджа учреждения. Методы оценки имиджа. Оптимальная структура имиджа. Алгоритм совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа. Особенности имиджа организаций в сфере услуг. Критерии эффективности корпоративного имиджа.	2/2/2	1/1/1
4. Взаимосвязь компонентов имиджа руководителя и внутреннего имиджа организации <i>практическая подготовка</i>	Личный имидж бизнесмена и его роль в успешном развитии бизнеса. Необходимые составляющие личного имиджа в бизнесе. Ценность символического ресурса в бизнесе. Имидж фирмы как важнейший фактор успеха бизнеса. Стратегии формирования и поддержания имиджа фирмы. Имидж организации и корпоративная политика. Функции менеджера по PR место в структуре организации. Опыт и ценность формирования имиджа организации на примере ведущих корпораций мирового уровня.	2/-/2	1/-/1
5. Внешний и неосознаваемый имидж организации <i>практическая подготовка</i>	Внешние составляющие корпоративного имиджа Неосознаваемый имидж организации. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз. Организация связей с	2/-/2	-/-/-

Тема лекции (и/или наименование раздела) (вид интерактивной формы проведения занятий*)/(практическая подготовка)	Содержание темы (и или раздела)	Всего, часов / часов интер.занятий/ практическая подготовка	
		очная форма	заочная форма
<i>подготовка</i>	общественностью. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа. Формирование и управление имиджем. Методы оценки имиджа компании.		
6. Персональный имидж: атрибуты, составляющие и формирование имиджа <i>лекция-дискуссия/ практическая подготовка</i>	Определение персонального делового имиджа. Составляющие персонального имиджа. Формирование имиджа. Психологический аспект формирования личного имиджа. Символика личного имиджа. Специфика личного имиджа в политике, бизнесе и шоу бизнесе. Структура личного имиджа и способы его анализа. Сравнительный анализ личного имиджа российских и зарубежных политиков. Практика анализа имиджа личности.	2/2/2	-/-/-
7. Технологии самопрезентации <i>практическая подготовка</i>	Я-концепция личности. Технологии самопрезентации. Слагаемые технологии самопрезентации. Символика личного имиджа. Специфика личного имиджа в политике, бизнесе и шоу бизнесе. Структура личного имиджа и способы его анализа. Сравнительный анализ личного имиджа российских и зарубежных политиков. Практика анализа имиджа личности.	2/-/2	-/-/-
8. Факторы, методы и инструменты формирования имиджа <i>практическая подготовка</i>	Объекты и факторы, влияющие на формирования имиджа. Этапы формирования имиджа. Методы формирования имиджа. Инструменты формирования имиджа	2/-/2	-/-/-
9. Индустрия имиджмейкерста и ее перспективы в современном обществе <i>практическая подготовка</i>	Многообразие профессий в индустрии имиджмейкерства. Профессия: имиджмейкер. Роль СМИ в процессе формирования и поддержания имиджа и специфика коммуникации с представителями СМИ. Развитие рынка услуг по формированию имиджа в России. Ведущие PR-агентства России.	2/-/2	-/-/-
Итого		18/4/18	4/2/4

5.2. Практические (семинарские) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме*

	Формы проведения и темы занятий	Всего,
--	---------------------------------	--------

Наименование раздела дисциплины	(вид интерактивной формы проведения занятий*)	часов / часов в интерактивных занятиях/ практическая подготовка	
		очная форма	заочная форма
Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета практическая подготовка	<u>Практическое занятие 1.</u> Введение в имиджелогию. Истоки имиджелогии. Имиджелогия - отрасль современного человековедения. Определение понятия имиджелогия, образа, облика. Имидж и маска. Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа. Имидж как одаренность.	2/-/2	1/-/1
Классификация и типология имиджей функции имиджа практическая подготовка	<u>Практическое занятие 2.</u> Ключевые имиджевые характеристики объекта. Проблема объекта и субъекта имиджа. 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. Типология личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности. (кейс-задача)	4/-/4	1/1/1
Концептуальные модели корпоративного имиджа практическая подготовка	<u>Практическое занятие 3.</u> Понятие корпоративного имиджа. Роль имиджа учреждения (организации, формы) в условиях современного рынка услуг. Характеристика фирмы, организации с учетом ее функциональных связей и решаемых задач. Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой. Оптимальная структура внешнего имиджа учреждения. Изучение имиджа учреждения. Методы оценки имиджа. Оптимальная структура имиджа. Алгоритм совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа. Особенности имиджа организаций в сфере услуг. Критерии эффективности корпоративного имиджа. (кейс-задача)	4/2/4	1/1/1
	Контрольная точка № 1	2/-/2	1/-/1
Взаимосвязь компонентов имиджа руководителя и внутреннего имиджа организации практическая подготовка	<u>Практическое занятие 4.</u> Личный имидж бизнесмена и его роль в успешном развитии бизнеса. Необходимые составляющие личного имиджа в бизнесе. Ценность символического ресурса в бизнесе. Имидж фирмы как важнейший фактор успеха бизнеса. Стратегии формирования	4/-/4	1/-/1

<i>подготовка</i>	и поддержания имиджа фирмы. Имидж организации и корпоративная политика. Функции менеджера по PR место в структуре организации. Опыт и ценность формирования имиджа организации на примере ведущих корпораций мирового уровня.		
Внешний и неосязаемый имидж организации <i>практическая подготовка</i>	<u>Практическое занятие 5.</u> Внешние составляющие корпоративного имиджа. Неосязаемый имидж организации. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз. Организация связей с общественностью. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа. Формирование и управление имиджем. Методы оценки имиджа компании.	4/-/4	1/-/1
Персональный имидж: атрибуты, составляющие и формирование имиджа <i>практическая подготовка</i>	<u>Практическое занятие 6.</u> Определение персонального делового имиджа. Составляющие персонального имиджа. Формирование имиджа. Психологический аспект формирования личного имиджа. Символика личного имиджа. Специфика личного имиджа в политике, бизнесе и шоу бизнесе. Структура личного имиджа и способы его анализа. Сравнительный анализ личного имиджа российских и зарубежных политиков. Практика анализа имиджа личности. <i>(кейс-задача)</i>	2/2/2	1/1/1
	Контрольная точка № 2	2/-/2	1/-/1
Технологии самопрезентации <i>практическая подготовка</i>	<u>Практическое занятие 7.</u> Я-концепция личности. Технологии самопрезентации. Слагаемые технологии самопрезентации. Символика личного имиджа. Специфика личного имиджа в политике, бизнесе и шоу бизнесе. Структура личного имиджа и способы его анализа. Сравнительный анализ личного имиджа российских и зарубежных политиков. Практика анализа имиджа личности. <i>(кейс-задача)</i>	2/2/2	1/1/1
Факторы, методы и инструменты формирования имиджа <i>практическая подготовка</i>	<u>Практическое занятие 8.</u> Объекты и факторы, влияющие на формирования имиджа. Этапы формирования имиджа. Методы формирования имиджа. Инструменты формирования имиджа	4/-/4	-/-/-
Индустрия имиджмейкерста и ее перспективы в современном обществе <i>практическая подготовка</i>	<u>Практическое занятие 9.</u> Многообразие профессий в индустрии имиджмейкерства. Профессия: имиджмейкер. Роль СМИ в процессе формирования и поддержания имиджа и специфика коммуникации с представителями СМИ. Развитие рынка услуг по формированию имиджа в России. Ведущие PR-агентства России.	4/-/4	-/-/-

	Контрольная точка № 3	2/-/2	1/-/1
Итого		36/6/36	10/4/10

5.3 Курсовая работа учебным планом не предусмотрена.

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Виды самостоятельной работы	Очная форма, часов		Заочная форма, часов	
	к текущему контролю	к промежуточной аттестации	к текущему контролю	к промежуточной аттестации
Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета	4/4	-	8/8	-
Классификация и типология имиджей функции имиджа	4/4	-	8/8	-
Концептуальные модели корпоративного имиджа	4/4	-	8/8	-
Взаимосвязь компонентов имиджа руководителя и внутреннего имиджа организации	4/4	-	8/8	-
Внешний и неосязаемый имидж организации	4/4	-	8/8	-
Персональный имидж: атрибуты, составляющие и формирование имиджа	4/4	-	8/8	-
Технологии самопрезентации	4/4	-	8/8	-
Факторы, методы и инструменты формирования имиджа	4/4	-	8/8	-
Индустрия имиджмейкерста и ее перспективы в современном обществе	4/4	-	8/8	-
Подготовка к контрольным точкам	18/18	-	18/18	-
Подготовка к зачету	-	-	-	4
ИТОГО	54/54		94/90	

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Имиджелогия в социально-культурном сервисе» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины «Имиджелогия в социально-культурном сервисе»
2. Методические рекомендации по освоению дисциплины «Имиджелогия в социально-культурном сервисе»
3. Методическими указаниями по организации самостоятельной работы по дисциплине «Имиджелогия в социально-культурном сервисе»;
4. Методические указания по проведению практических занятий по дисциплине «Имиджелогия в социально-культурном сервисе».
5. Методические рекомендации по выполнению реферата

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		Основная (из п.8 РПД)	Дополнительная (из п.8 РПД)	Интернет-ресурсы (из п.9 РПД)
1	Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета	1-4	1-4	1-5
2	Классификация и типология имиджей функции имиджа	1-4	1-4	1-5
3	Концептуальные модели корпоративного имиджа	1-4	1-4	1-5
4	Взаимосвязь компонентов имиджа руководителя ивнутреннего имиджа организации	1-4	1-4	1-5
5	Внешний и неосязаемый имидж организации	1-4	1-4	1-5
6	Персональный имидж: атрибуты, составляющие и формирование имиджа	1-4	1-4	1-5
7	Технологии самопрезентации	1-4	1-4	1-5
8	Факторы, методы и инструменты формирования имиджа	1-4	1-4	1-5
9	Индустрия имиджмейкерста и ее перспективы в современном обществе	1-4	1-4	1-5

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Имиджелогия в социально-культурном сервисе»

7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Очная форма обучения

Компетенция (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании компетенции	Семестры							
		1	2	3	4	5	6	7	8
ПК- 2.1 осуществляет формирование и функционирование системы бизнес-процессов в деятельности подразделений предприятий индустрии гостеприимства	Технологическое предпринимательство					+			
	Спортивно-оздоровительный сервис				+				
	Основы гостиничного бизнеса					+	+		
	Техника и технологии сервисной деятельности					+			
	Имиджелогия в социально-культурном сервисе						+		
	Организация и технология работы гостиничных служб						+		
	Организация и планирование деятельности предприятий						+		

	сервиса								
	Организация продвижения сервисных услуг							+	
	Организация работы АХС в гостинице							+	
	Организация сервисной деятельности объектов сельского туризма				+				
	Бухгалтерский учет в сфере гостиничной деятельности							+	
	Качество гостинично-ресторанных услуг								+
	Основы проектирования гостинично-ресторанных услуг								+
	Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности в социально-культурном сервисе и туризме								+
	Финансово-экономический анализ деятельности предприятий в социально-культурном сервисе и туризме								+
	Особенности транспортного обслуживания								+
	Туристские формальности								+
	Ознакомительная практика		+						
	Учебная организационно-управленческая практика				+				
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена								+
	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы								+

Заочная форма обучения

Компетенция (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании компетенции	Курс			
		1	2	3	4
ПК- 2.1 осуществляет формирование и функционирование системы бизнес- процессов в деятельности подразделений предприятий индустрии гостеприимства	Технологическое предпринимательство			+	
	Спортивно-оздоровительный сервис			+	
	Основы гостиничного бизнеса			+	
	Техника и технологии сервисной деятельности			+	
	Имиджелогия в социально-культурном сервисе			+	
	Организация и технология работы гостиничных служб			+	
	Организация и планирование				+

деятельности предприятий сервиса				
Организация продвижения сервисных услуг				+
Организация работы АХС в гостинице				+
Организация сервисной деятельности объектов сельского туризма			+	
Бухгалтерский учет в сфере гостиничной деятельности			+	
Качество гостинично-ресторанных услуг				+
Основы проектирования гостинично-ресторанных услуг				+
Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности в социально-культурном сервисе и туризме				+
Финансово-экономический анализ деятельности предприятий в социально-культурном сервисе и туризме				+
Особенности транспортного обслуживания				+
Туристские формальности				+
Ознакомительная практика	+			
Учебная организационно-управленческая практика		+		
Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена				+
Выполнение и защита выпускной квалификационной работы				+

7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Имиджология в социально-культурном сервисе» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Имиджология в социально-культурном сервисе» проводится в виде зачета.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО».

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов **очной формы обучения** знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций***	Максимальное количество баллов
1. Контрольная работа №1 по темам 1-3	Теоретический вопрос	5
	Практико-ориентированное задание	7
	Кейс-задача	8
2. Контрольная точка №2 по темам 4-6	Теоретический вопрос	5
	Практико-ориентированное задание	7
	Кейс-задача	8
3. Контрольная точка №3 по темам 7-10	Теоретический вопрос	5
	Практико-ориентированное задание	7
	Кейс-задача	8
Сумма баллов по итогам текущего контроля		60
Активность на лекционных занятиях		10
Результативность работы на практических занятиях		15
Поощрительные баллы (написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях и т.д.)		15
Итого		100

*** Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций – совпадает с теми, что даны в п. 5.1.

Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций

Для студентов **очной формы обучения** знания по осваиваемым компетенциям формируются **на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.**

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

Критерии оценки посещения и работы на лекционных занятиях (максимум 10 баллов)

10 баллов – студент посетил все лекции, активно работал на них в полном соответствии с требованиями преподавателя.

-1 балл – за каждый пропуск лекций или замечание преподавателя по поводу отсутствия активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

Критерии оценки работы студента на практических занятиях

Устный ответ (знания)– средство сплошного группового контроля знаний по определенной теме (**максимум – 4 балла**).

4 балла - выставляется, когда студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений; ответ изложен литературным языком с использованием современной экономической терминологии.

3 балла - выставляется, когда студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, в основном раскрыт обсуждаемый вопрос; в ответе прослеживается логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий и явлений; ответ изложен литературным языком с использованием

экономической терминологии, но могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

2 балла - выставляется, когда студентом дан не полный ответ на поставленный вопрос, слабо раскрыты основные положения вопросов; в ответе нарушается структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; в процессе ответа используется экономическая терминология, но студентом допускаются недочеты в определении понятий и не исправляются самостоятельно в процессе ответа.

1 балл - дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Кейс-задачи (умения и навыки) – задачи направленные на использование приобретенных знаний и умений в практической деятельности. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи (*максимум – 5 баллов*)

Критерии оценки

5 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задача решена рациональным способом. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности. Ситуация проанализирована и найдено оптимальное количество решений. Собрано максимальное количество информации, в том числе затребована дополнительная информация, необходимая для уточнения ситуации. Смоделировано решение в соответствии с заданием. Представлены различные подходы к разработке планов действий, ориентированных на конечный результат. Принято правильное решение на основе анализа ситуации. Четко и точно изложена собственная точка зрения в письменной форме. Показаны навыки критического оценивания различных точек зрения, осуществление самоанализа, самоконтроля и самооценки.

4 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ. Ситуация проанализирована и найдено необходимое количество решений. Собрано максимальное количество информации, но не затребована дополнительная информация, необходимая для уточнения ситуации. Смоделировано решение в соответствии с заданием. Представлены различные подходы к разработке планов действий, ориентированных на конечный результат. Принято правильное решение на основе анализа ситуации. Четко и точно изложена собственная точка зрения в письменной форме. Недостаточно показаны навыки критического оценивания различных точек зрения, осуществление самоанализа, самоконтроля и самооценки.

3 балла Задача решена с задержкой. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ. Ситуация проанализирована с задержкой, но найдено достаточное количество решений. Собрано недостаточно информации, и не затребована дополнительная информация, необходимая для уточнения ситуации. Смоделировано решение в соответствии с заданием.

Представлен один подход к разработке планов действий, ориентированных на конечный результат. Принято правильное решение, но нечетко и неточно изложена собственная точка зрения в письменной форме. Не показаны навыки критического оценивания различных точек зрения, осуществление самоанализа, самоконтроля и самооценки.

2 балла Задача решена частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов. Ситуация проанализирована с задержкой, не найдено достаточное количество решений. Собрано недостаточно информации, и не затребована дополнительная информация, необходимая для уточнения ситуации. Принятое решение нерационально и нечетко и неточно изложена собственная точка зрения в письменной форме. Не показаны навыки критического оценивания различных точек зрения, осуществление самоанализа, самоконтроля и самооценки.

0 баллов Задача не решена. Ситуация не проанализирована.

Реферат (навыки) – средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием знаний и умений, приобретаемых в рамках изучения предыдущих и данной дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме (*максимум – 6 баллов*).

Критерии оценки

6 баллов. Реферат выполнен на актуальную тему. Проблема раскрыта полностью и глубоко. Обоснованы способы и методы работы с материалом. Показан высокий уровень умения работать с литературой, систематизировать и структурировать материал. Привлечены новейшие работы по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.). Правильно оформлены все разделы реферата, ссылки, графические материалы. Ошибки и опечатки в тексте отсутствуют.

4 баллов Реферат выполнен на актуальную тему. Проблема раскрыта недостаточно. Обоснованы способы и методы работы с материалом. Показан средний уровень умения работать с литературой, систематизировать и структурировать материал. Привлечено мало новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.). Правильно оформлены все разделы реферата, ссылки, графические материалы. Ошибки и опечатки в тексте отсутствуют.

2 балла. Реферат выполнен на актуальную тему. Проблема раскрыта недостаточно. Не обоснованы способы и методы работы с материалом. Показан низкий уровень умения работать с литературой, систематизировать и структурировать материал. Привлечено мало новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.). Правильно оформлены все разделы реферата, ссылки, графические материалы. Ошибки и опечатки в тексте отсутствуют.

0 баллов. Реферат не выполнен.

Рейтинговая оценка знаний при проведении текущего контроля успеваемости **на контрольных точках** позволяет обучающемуся набрать до 60 баллов. Знания, умения и навыки по формируемым компетенциям оцениваются по результатам выполнения письменной контрольной работы (контрольная точка), которая включает теоретический вопрос (оценка знаний), практико-ориентированное задание (оценка умений) и кейс-задачу (оценка навыков).

Критерии оценки ответа на теоретический вопрос (знания):

5 баллов – при полном знании и понимании содержания раздела, отсутствии ошибок, неточностей, демонстрации студентом системных знаний и глубокого понимания закономерностей; при проявлении студентом умения самостоятельно и творчески мыслить;

4 баллов – при полном содержательном ответе, отсутствии ошибок в изложении материала и при наличии не более четырех неточностей;

3 баллов – показано понимание, но неполное знание вопроса, недостаточное умение формулировать свои знания по данному разделу;

2 балла – при несоответствии ответа, либо при представлении только плана ответа;

1 балл – при полном несоответствии всем критериям;

0 баллов – при полном отсутствии текста (ответа), имеющего отношение к вопросу.

Практико-ориентированные задания (умения) – задания направленные на использование приобретенных знаний и умений в практической деятельности.

Критерии оценки

7 балла. При выполнении задания нет затруднений, получен верный ответ, задание выполнено рациональным способом. Сделаны правильные выводы.

5 балла. Задание выполнено в целом верно, но допущены незначительные ошибки, не искажающие выводы.

2 балла. Задание выполнено, но допущены ошибки, искажающие выводы.

0 баллов. Задание не выполнено.

Кейс-задачи (навыки) – задания, позволяющие оценивать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;

Критерии оценки

8 баллов. При выполнении задания нет затруднений, получен верный ответ, задание выполнено рациональным способом. Сделаны правильные выводы.

4-5 баллов. При выполнении задания нет затруднений, получен верный ответ, задание выполнено рациональным способом. Сделаны неправильные выводы.

2-3 балла. При выполнении задания возникли затруднения, получен верный ответ. Сделаны неправильные выводы.

1 балл. Задание выполнено, но допущены незначительные ошибки, искажающие выводы.

0 баллов. Задание не выполнено.

Если за ответы на контрольной точке обучающийся не получил удовлетворяющее его количество баллов, то он может получить **поощрительные баллы за подготовку статей (не более 15 баллов)**.

Статья – средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить ее анализ с использованием знаний, умений и навыков, приобретаемых в рамках изучения предыдущих и данной дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки

15 баллов. Статья объемом не менее 4 страниц демонстрирует умение проведения самостоятельного актуального научно-практического исследования, правильно оформлена, содержит оригинальный анализ проблемы, подтвержденный статистическими и/или отчетными данными, графическим материалом. В ней рассмотрены возможные пути решения проблемы, сформулировать правильные выводы и предложения, отражающие авторскую точку зрения.

10 баллов. Статья объемом не менее 3 страниц демонстрирует умение проведения самостоятельного актуального научно-практического исследования, правильно оформлена, содержит типовой анализ проблемы, подтвержденный статистическими и/или отчетными данными. В ней рассмотрены возможные пути решения проблемы, сформулировать правильные выводы и предложения.

5 балл. Статья объемом не менее 2 страниц представлена в виде тезисов, демонстрирует умение проведения самостоятельного актуального научно-практического исследования, правильно оформлена, содержит анализ проблемы, подтвержденный отдельными

статистическими и/или отчетными данными. В ней сформулированы правильные выводы и предложения.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов заочной формы обучения

Результат текущего контроля для студентов заочной формы обучения складывается из оценки результатов обучения по всем разделам дисциплины и включает контрольную работу (**маx 60 баллов**), посещение лекций (**маx 10 баллов**), результативность работы на практических занятиях (**маx 15 баллов**), поощрительные баллы за подготовку статьи (**маx 15 баллов**).

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций***	Максимальное количество баллов
1. Контрольная работа №1 по темам 1-3	Теоретический вопрос	5
	Практико-ориентированное задание	7
	Кейс-задача	8
2. Контрольная точка №2 по темам 4-6	Теоретический вопрос	5
	Практико-ориентированное задание	7
	Кейс-задача	8
3. Контрольная точка №3 по темам 7-10	Теоретический вопрос	5
	Практико-ориентированное задание	7
	Кейс-задача	8
Сумма баллов по итогам текущего контроля		60
Активность на лекционных занятиях		10
Результативность работы на практических занятиях		15
Поощрительные баллы (написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях и т.д.)		15
Итого		100

Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций

Критерии оценки посещения и работы на лекционных занятиях (маx 10 баллов)

10 баллов – студент посетил все лекции, активно работал на них в полном соответствии с требованиями преподавателя.

-1 балл – за каждый пропуск лекций или замечание преподавателя по поводу отсутствия активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

Критерии оценки работы студента на практических занятиях

Результативность работы на практических занятиях оценивается преподавателем по результатам собеседований, активности участия в занятиях, проводимых в интерактивной форме, и качеству выполнения письменных заданий (тестирование, технологический диктант) по дисциплине.

Устный ответ (собеседование) (знания)– средство сплошного группового контроля знаний по определенной теме (**максимум – 4 балла**).

4 балла - выставляется, когда студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты

основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений; ответ изложен литературным языком с использованием современной экономической терминологии.

3 балла - выставляется, когда студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, в основном раскрыт обсуждаемый вопрос; в ответе прослеживается логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий и явлений; ответ изложен литературным языком с использованием экономической терминологии, но могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

2 балла - выставляется, когда студентом дан не полный ответ на поставленный вопрос, слабо раскрыты основные положения вопросов; в ответе нарушается структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; в процессе ответа используется экономическая терминология, но студентом допускаются недочеты в определении понятий и не исправляются самостоятельно в процессе ответа.

1 балл - дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Кейс-задачи (умения и навыки) – задачи направленные на использование приобретенных знаний и умений в практической деятельности. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи (*максимум – 5 баллов*)

Критерии оценки

5 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задача решена рациональным способом. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности. Ситуация проанализирована и найдено оптимальное количество решений. Собрано максимальное количество информации, в том числе затребована дополнительная информация, необходимая для уточнения ситуации. Смоделировано решение в соответствии с заданием. Представлены различные подходы к разработке планов действий, ориентированных на конечный результат. Принято правильное решение на основе анализа ситуации. Четко и точно изложена собственная точка зрения в письменной форме. Показаны навыки критического оценивания различных точек зрения, осуществление самоанализа, самоконтроля и самооценки.

4 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ. Ситуация проанализирована и найдено необходимое количество решений. Собрано максимальное количество информации, но не затребована дополнительная информация, необходимая для уточнения ситуации. Смоделировано решение в соответствии с заданием. Представлены различные подходы к разработке планов действий, ориентированных на конечный результат. Принято правильное решение на основе анализа ситуации. Четко и точно изложена собственная точка зрения в письменной форме. Недостаточно показаны навыки критического оценивания различных точек зрения, осуществление самоанализа, самоконтроля и самооценки.

3 балла Задача решена с задержкой. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ. Ситуация проанализирована с задержкой, но найдено достаточное количество решений. Собрано недостаточно информации, и не затребована дополнительная информация, необходимая для уточнения ситуации. Смоделировано решение в соответствии с заданием. Представлен один подход к разработке планов действий, ориентированных на конечный результат. Принято правильное решение, но нечетко и неточно изложена собственная точка зрения в письменной форме. Не показаны навыки критического оценивания различных точек зрения, осуществление самоанализа, самоконтроля и самооценки.

2 балла Задача решена частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов. Ситуация проанализирована с задержкой, не найдено достаточное количество решений. Собрано недостаточно информации, и не затребована дополнительная информация, необходимая для уточнения ситуации. Принятое решение нерационально и нечетко и неточно изложена собственная точка зрения в письменной форме. Не показаны навыки критического оценивания различных точек зрения, осуществление самоанализа, самоконтроля и самооценки.

0 баллов Задача не решена. Ситуация не проанализирована.

Реферат (навыки) – средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием знаний и умений, приобретаемых в рамках изучения предыдущих и данной дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме (*максимум – 6 баллов*).

Критерии оценки

6 баллов. Реферат выполнен на актуальную тему. Проблема раскрыта полностью и глубоко. Обоснованы способы и методы работы с материалом. Показан высокий уровень умения работать с литературой, систематизировать и структурировать материал. Привлечены новейшие работы по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.). Правильно оформлены все разделы реферата, ссылки, графические материалы. Ошибки и опечатки в тексте отсутствуют.

4 баллов Реферат выполнен на актуальную тему. Проблема раскрыта недостаточно. Обоснованы способы и методы работы с материалом. Показан средний уровень умения работать с литературой, систематизировать и структурировать материал. Привлечено мало новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.). Правильно оформлены все разделы реферата, ссылки, графические материалы. Ошибки и опечатки в тексте отсутствуют.

2 балла. Реферат выполнен на актуальную тему. Проблема раскрыта недостаточно. Не обоснованы способы и методы работы с материалом. Показан низкий уровень умения работать с литературой, систематизировать и структурировать материал. Привлечено мало новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.). Правильно оформлены все разделы реферата, ссылки, графические материалы. Ошибки и опечатки в тексте отсутствуют.

0 баллов. Реферат не выполнен.

Контрольная работа выполненная в рамках *аудиторного* практического занятия включает теоретический вопрос (оценка знаний – мах 5 баллов), практико-ориентированное задание (оценка умений – мах 10 баллов) и кейс-задачу (оценка навыков – мах 15 баллов).

Критерии оценки ответа на 1 теоретический вопрос (знания):

5 баллов – при полном знании и понимании содержания раздела, отсутствии ошибок, неточностей, демонстрации студентом системных знаний и глубокого понимания закономерностей; при проявлении студентом умения самостоятельно и творчески мыслить;

4 баллов – при полном содержательном ответе, отсутствии ошибок в изложении материала и при наличии не более четырех неточностей;

3 баллов – показано понимание, но неполное знание вопроса, недостаточное умение формулировать свои знания по данному разделу;

2 балла – при несоответствии ответа, либо при представлении только плана ответа;

1 балл – при полном несоответствии всем критериям;

0 баллов – при полном отсутствии текста (ответа), имеющего отношение к вопросу.

Практико-ориентированные задания (умения) – задания направленные на использование приобретенных знаний и умений в практической деятельности.

Критерии оценки

10 баллов. При выполнении задания нет затруднений, получен верный ответ, задание выполнено рациональным способом. Сделаны правильные выводы.

7 баллов. Задание выполнено в целом верно, но допущены незначительные ошибки, не искажающие выводы.

3 балла. Задание выполнено, но допущены ошибки, искажающие выводы.

0 баллов. Задание не выполнено.

Кейс-задачи (навыки) – задания, позволяющие оценивать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;

Критерии оценки

15 баллов. При выполнении задания нет затруднений, получен верный ответ, задание выполнено рациональным способом. Сделаны правильные выводы.

10 баллов. При выполнении задания нет затруднений, получен верный ответ, задание выполнено рациональным способом. Сделаны неправильные выводы.

7 баллов. При выполнении задания возникли затруднения, получен верный ответ. Сделаны неправильные выводы.

3 балла. Задание выполнено, но допущены незначительные ошибки, искажающие выводы.

0 баллов. Задание не выполнено.

Контрольная работа выполненная в рамках *самостоятельной работы* включает два теоретических вопроса (оценка знаний – мах 5 баллов за один вопрос) и кейс-задачу (оценка навыков – мах 20 баллов).

Критерии оценки ответа на 1 теоретический вопрос (знания):

5 баллов – при полном знании и понимании содержания раздела, отсутствии ошибок, неточностей, демонстрации студентом системных знаний и глубокого понимания закономерностей; при проявлении студентом умения самостоятельно и творчески мыслить;

4 баллов – при полном содержательном ответе, отсутствии ошибок в изложении материала и при наличии не более четырех неточностей;

3 баллов – показано понимание, но неполное знание вопроса, недостаточное умение формулировать свои знания по данному разделу;

2 балла – при несоответствии ответа, либо при представлении только плана ответа;

1 балл – при полном несоответствии всем критериям;

0 баллов – при полном отсутствии текста (ответа), имеющего отношение к вопросу.

Кейс-задачи (навыки) – задания, позволяющие оценивать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;

Критерии оценки

20 баллов. При выполнении задания нет затруднений, получен верный ответ, задание выполнено рациональным способом. Сделаны правильные выводы.

15 баллов. При выполнении задания нет затруднений, получен верный ответ, задание выполнено рациональным способом. Сделаны неправильные выводы.

10 баллов. При выполнении задания возникли затруднения, получен верный ответ. Сделаны неправильные выводы.

5 баллов. Задание выполнено, но допущены незначительные ошибки, искажающие выводы.

0 баллов. Задание не выполнено.

Если за ответы на контрольной точке обучающийся не получил удовлетворяющее его количество баллов, то он может получить **поощрительные баллы за подготовку статей (не более 15 баллов)**.

Статья – средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить ее анализ с использованием знаний, умений и навыков, приобретаемых в рамках изучения предыдущих и данной дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки

15 баллов. Статья объемом не менее 4 страниц демонстрирует умение проведения самостоятельного актуального научно-практического исследования, правильно оформлена, содержит оригинальный анализ проблемы, подтвержденный статистическими и/или отчетными данными, графическим материалом. В ней рассмотрены возможные пути решения проблемы, сформулировать правильные выводы и предложения, отражающие авторскую точку зрения.

10 баллов. Статья объемом не менее 3 страниц демонстрирует умение проведения самостоятельного актуального научно-практического исследования, правильно оформлена, содержит типовой анализ проблемы, подтвержденный статистическими и/или отчетными данными. В ней рассмотрены возможные пути решения проблемы, сформулировать правильные выводы и предложения.

5 балл. Статья объемом не менее 2 страниц представлена в виде тезисов, демонстрирует умение проведения самостоятельного актуального научно-практического исследования, правильно оформлена, содержит анализ проблемы, подтвержденный отдельными статистическими и/или отчетными данными. В ней сформулированы правильные выводы и предложения.

При проведении итоговой аттестации «зачет» преподавателю с согласия студента разрешается выставлять оценки («зачет») по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет по приведенным выше вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость (*зачет*) не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

При сдаче *зачета* к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на *зачете* и сумма баллов переводится в оценку.

Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете

По дисциплине «Имиджелогия в социально-культурном сервисе» к зачету допускаются студенты, выполнившие и сдавшие практические работы по дисциплине, имеющие

ежемесячную аттестацию и наличие по текущей успеваемости более 45 баллов. Студентам, набравшим более 55 баллов, зачет выставляется по результатам текущей успеваемости, студенты, набравшие от 45 до 54 баллов, сдают зачет по вопросам, предусмотренным РПД.

Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете

Сдача зачета может добавить к балльно-рейтинговой оценке студентов не более 10 баллов. Итоговая успеваемость не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

Вопрос билета	Количество баллов
Вопрос 1	до 5
Кейс-задача	до 5

Теоретический вопрос

5 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

4 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

1 балл дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Оценивание кейс-задачи

5 баллов Задачи решены в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

4 балла Задачи решены с небольшими недочетами.

2 баллов Задачи решены не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

1 баллов Задачи решены частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задачи не решены или работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

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

Контрольная точка № 1 (темы 1-3)

Типовые вопросы (оценка знаний)

1. Имидж в переводе с английского языка означает:

- а) впечатление;
- б) образ;
- в) оценка.

2. Носителем имиджа является:

- а) фирма, организация;
- б) люди, лидеры общественного мнения;
- в) а) и б)

3. Типизация – это:

- а) обобщенное представление о чем-либо;
- б) целенаправленно-сформированный образ чего-либо и кого-либо;
- в) явление повседневной практики общения, сводящиеся к упрощенным типам.

4. Когда имиджирование стало самостоятельным предметом?

- а) в начале 1980 – х гг.
- б) с конца 1990 – х гг.
- в) с конца 1950 – х гг.

5. Как называется специалист по созданию имиджа?

- а) специалист по имиджу;
- б) имиджмейкер;
- в) носитель имиджа.

6. Источником имиджформирующей информации являются:

- а) имиджмейкер;
- б) индукторы;
- в) реципиенты.

7. Термины «имидж», «репутация», «идентичность», «организационная культура» являются:

- а) синонимами;
- б) четко взаимосвязанными понятиями;
- в) не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками.

8. По признаку воспринимаемой аудитории различают:

- а) социальный, управленческий, научный, обобщенный имиджи;
- б) внешний и внутренний имиджи организации;

в) имидж организации в целом и имиджи отдельных подразделений.

9. По функционально-технологическому признаку выделяют следующие разновидности имиджа:

- а) желаемый и воспринимаемый, социо-ситуативный и постоянный;
- б) самоимидж и внешний имидж личности;
- в) обобщенный, функциональный, контекстный.

10. К внутренним факторам, зависимым от носителя имиджа относятся:

- А) общие физические данные, мимика, среда обитания;
- Б) коммуникабельность, уровень нравственности;
- В) сфера интересов, уровень образования;
- Г) а и б

Контрольная точка № 2 (темы 4-6)
Типовые вопросы (оценка знаний)

1. Из каких внешних атрибутов складывается имидж организации?

- а) Логотип.
- б) Слоган.
- в) Рекламный образ.
- г) Все ответы верны.

2. Какому автору принадлежит следующее определение имиджологии: «Имиджология - это наука о технологии личного обаяния»?

- а) Панасюк А.Ю.
- б) Шепель В.М.
- в) Почепцов Г.Г.
- г) Горчакова В.Г.

3. Что в имиджологии называют понятием «инвертированный имидж»?

- а) Любой положительный образ.
- б) Отрицательный имидж конкурента.
- в) Имидж товара.
- г) Желаемый имидж;

4. В соответствии с функциональным подходом к типологии имиджей, имидж, свойственный нашему представлению о себе называется:

- а) Текущий имидж.
- б) Зеркальный имидж.
- в) Желаемый имидж.
- г) Множественный имидж.

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

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

6. В зависимости от способа передачи информационных сообщений к целевым аудиториям выделяют следующие типы имиджа:

- а) вербальный.
- б) корпоративный.

- в) кинетический.
- г) индивидуальный.

7. Инструментарий имиджологии включает в себя следующие технологии?

- а) позиционирование.
- б) манипулирование.
- в) баллотирование.
- г) все ответы верны.

8. В политической имиджологии выделяются следующие типы лидерства:

- а) «хозяйственник».
- б) «борец».
- в) «экзотик».
- г) «неудачник».
- д) все ответы верны.

9. Как в имиджологии называют совокупность словесных сообщений, передаваемых целевой аудитории?

- а) Детализация.
- б) Вербализация.
- в) Мифологизация.
- г) Архаизация;
- д) верный ответ отсутствует.

10. Пропаганда как метод воздействия на целевую аудиторию является разновидностью следующей технологии:

- а) Позиционирования.
- б) Манипулирования.
- в) Вербализации.
- г) Детализации.

11. Каким понятием в имиджологии обозначают специально подобранную совокупность единиц одежды и обуви, определяющую поведение человека?

- а) «образ».
- б) «костюм».
- в) «имидж».
- г) верный ответ отсутствует.

12. В какой области имиджмейкинга необходимо создавать уникальный, неповторимый стиль в манере одеваться, произносить слова, макияже, причёске и т.д.?

- а) бизнес.
- б) шоу-бизнес.
- в) политика.
- г) все ответы верны.

13. Как в имиджологии называют совокупность знаний взаимосвязи между внешними чертами человека и его характером?

- а) физиогномика.
- б) фейсбилдинг.
- в) кинетика
- г) верный ответ отсутствует.

14. Флюидное излучение как механизм управления индивидуальным имиджем предполагает:

- а) телесное информирование.
- б) риторическая оснащенность.
- в) создание личного «биоэнергетического поля».
- г) верный ответ отсутствует.

15. Как называют разновидность визуализации, когда для подачи информации используются детали, акцентирующие внимание на объекте имиджмейкинга?

- а) позиционирование.
- б) манипулирование.
- в) вербализация.
- г) верный ответ отсутствует.

Контрольная точка № 3 (темы 7-9)

Типовые вопросы (оценка знаний)

1. Можно ли говорить о специфических методах построения персонального и корпоративного имиджа и на каком основании?

- это строго фиксированный набор методов, их необходимо просто знать
- у имидж-билдинга нет своих методов, здесь используются творческие приемы самых разных дисциплин
- это методы, связанные с другими приемами и методиками ИМК, брендингом, рекламой и т.д.
- это методы, базирующиеся на теории массовых коммуникаций
- это методы, индивидуально найденные в ходе практической деятельности отдельными специалистами
- основание поиска методов имидж-билдинга кроется в психологии восприятия

2. Как отличить методы построения имиджа от методов других видов творческой деятельности (дизайна, стайлинга, креатива в рекламе и т.п.)?

- эти методы выходят за пределы какого-то одного вида деятельности, в дизайне или креативе их невозможно использовать, поскольку

- эти методы обязательно используются комплексно, потому что

- это не методы построения формы, потому что

- отличий не существует, поскольку

3. Обозначьте методы, в равной степени пригодные как в работе с корпоративным, так и персональным имиджем при построении позитивного имиджа:

- форматирование
- позиционирование
- эмоционализация
- архаизация сознания
- вбрасывание амбивалентной информации
- использование стереотипов
- этикометрия
- интервьюирование
- контролируемый эксперимент

- метод свободных ассоциаций

4. Для чего, с вашей точки зрения, специалист в любой сфере должен или не должен изучать и фиксировать различные методы?

- это лишнее, всякая творческая работа индивидуальна, вполне можно полагаться на интуицию
- методы отвлекают от практики - методы задают программу действий
- методы делают профессиональное мышление более косным
- знание методов упрощает формирование разрабатываемых
- метод, будучи отрефлексируемым, позволяет анализировать положительный и негативный опыт
- методы могут стать своеобразными «шорами», приводящими к предвзятости взгляда на проблему
- наличие разнообразных методов и методик обеспечивает гибкость мышления.

5. Какие методы и приемы необходимо использовать на этапе анализа текущего персонального имиджа? В связи с чем существует необходимость их использования?

- анализ аналогов - _____

- позиционирование - _____

- контент-анализ - _____

- социометрия - _____

- НЛП - _____

- этикометрия - _____

- анализ психотипа - _____

- манипулирование - _____

- анализ аудитории (й) - _____

6. Чего позволяет достичь использование метода эмоционализации?

- распознавания образа
- преодоления стереотипов восприятия
- большей запоминаемости образа
- новизны решения
- более длительного внимания к образу
- еще _____
- _____

7. С какой целью разрабатывается имидж-модель?

- экономия усилий по поддержанию имиджа
- _____
- легкость коммуникации с заказчиком/клиентом
- экономия средств на разработку имиджа
- апробация имиджевой идеи
- обеспечение стратегии продвижения имиджа
- подбор методов формирования имиджа
 - еще _____

8. Как соотносятся между собой методы и стратегии развертывания имиджа?

- набор методов и есть стратегия

- с помощью методов невозможно управлять имиджем, с помощью стратегии это осуществимо
- стратегии связаны с необходимостью управления имиджем, методы обеспечивают их реализацию
- методы реализуются в реальной жизни, стратегия представляет собой умозрительную конструкцию

Примерная тематика рефератов

1. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в.
2. Предмет и законы имиджологии. Имиджология в системе ИМК.
3. Основные понятия имиджологии. 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 имиджологии. 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.). (см. примеры: Эрнесто Че Гевара)
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.

Типовые практико-ориентированные задачи для зачета

Задача № 1

Вы являетесь сотрудником имиджевого агентства. К вам обратился за услугой клиент. Вам предстоит создать проект его профессионального имиджа, используя известную вам структуру персонального имиджа и технологию построения (прототип имиджа студент выбирает самостоятельно это может быть: юрист, журналист, спортсмен, психолог, депутат и др.).

При проектировании имиджа.

1. Определите целевую аудиторию и опишите ее требования.
2. Сформулируйте цели имиджа с учетом целевой аудитории.
3. Сконструируйте и опишите образ, используя известную вам структуру.
4. Продумайте, и опишите средства перевода компонентов имиджа в вербальную, визуальную, событийную формы.
5. Определите каналы и средства передачи имиджа. Проведите самостоятельно анализ проекта созданного вами имиджа, для этого ответьте на следующие вопросы (письменно)
 - Какие инструменты построения имиджа были использованы?
 - Каковы сильные стороны имиджа.
 - В чем его ограничения?
 - Какие выводы вы сделали для себя. Как полученные знания вы будете использовать в своей профессиональной деятельности.

Задача № 2

На примере имиджа любой гостиницы или отеля опираясь на материалы официального сайта, рекламных роликов, посещения ближайшего офиса выделите и обозначьте обнаруженные вами имиджевые компоненты организации.

Задача № 3

В основе современной модели лежат следующие положения:

1. Поведение аудиторий зачастую неадекватно сложившимся имиджам. Именно это звено недостаточно изучено и привлекает недостаточное внимание практиков имиджирования. Необходимы дальнейшие исследования, призванные раскрыть, каким образом получатели информации накапливают, интерпретируют сигналы и преобразуют их в поведенческие акции.

Задание для студентов:

Изучите стоматологическую программу компании «Ригли», производителя жевательной резинки торговой марки «Орбит» с точки зрения истории развития, особенностей и этапов становления, механизмов реализации, результатов. Оцените креативную идею разработчиков.

Проведите экспресс-исследование маркетингового характера «Что и зачем «жуют» современные студенты».

Вопросы к зачету

1. Определение понятия имиджологии, образа, облика. Имидж и маска. Компоненты имиджа личности.
2. Основные условия формирования имиджа.
3. Имидж как одаренность. "Я- концепция".
4. Имидж-эффект. Имидж и символ. Разновидности имиджа.

5. Обаяние - "личностное сияние".
6. Принципы имиджелогии.
7. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
8. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
9. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
10. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.
11. Формирование имиджа как субъект - субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей.
12. Общественное мнение общественное сознание.
13. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.
14. Социальные стереотипы и установки.
15. Семиотические процессы формирования имиджа.
16. Психологический механизм принятия информации (феномен когнитивного равновесия).
17. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности.
18. Методы преподавания имиджелогии как учебного предмета. Педагогический процесс. Закономерности, принципы и способы оптимизации учебного процесса. Выбор методов обучения. Классификация методов обучения и критерии их оптимального выбора. Сравнительный анализ эффективности различных методов обучения.
19. Технология имиджирования: позиционное представление презентации. Стратегии и тактики построения имиджа. Виды имиджирующей информации.
20. Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, VIP, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью, политическое консультирование). Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа.
21. Выявление имиджевых качеств объекта.
22. Обеспечение постоянства имиджа.
23. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа.
24. Понятия индивида и индивидуальности.
25. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа.
26. Оригинальный и наведенный виды имиджа.
27. Я-концепция и Я-образ. Взаимоотношения имиджа Я-реального, Я-идеального у других.
28. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей.
29. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа.
30. Закономерности зрительно восприятия лица фигуры человека. Характеристика стилей одежды.
31. Развитие способностей по диагностике и экспрессии эмоционального состояния.
32. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности.
33. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный.
34. Свойства имиджа руководителя - адекватность, ответственность, устойчививость, целостность, презентабельность.
35. Создание установки принятия имиджа руководителя: ситуативной, фиксированной.
36. Понятие корпоративного имиджа.
37. Роль имиджа учреждения (организации, формы) в условиях современного рынка услуг.
38. Характеристика фирмы, организации с учетом ее функциональных связей и решаемых задач.
39. Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.
40. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения.

41. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, де-виз. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа.
42. Алгоритм совершенствования имиджа.
43. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.
44. Подходы в маркетинге и менеджменте к созданию имиджа товара. Психологическое исследование потребительской аудитории.
45. Анализ потребностей человека и мотивов потребителей.

В данном разделе РПД приведены типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости студентов. Полный перечень заданий содержится в учебно-методическом комплексе по дисциплине «Имиджология в социально-культурном сервисе», который размещен в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступен для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная:

1. Гойхман, О. Я. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат/Российский новый университет; Московский государственный юридический университет им. О.Е. Кутафина; Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина. - Москва:ООО ""Научно-издательский центр ИНФРА-М"", 2020. - 230 с. - URL: <http://new.znaniyum.com/go.php?id=1087046>.

2. Орехов, С. А. Корпоративный менеджмент : учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат/Орехов С. А., Селезнев В. А., Тихомирова Н. В.. - Москва:Дашков и К, 2017. - 440 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/93479>. - Издательство Лань.

3. Рева, В. Е. Управление репутацией : учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат/Рева В. Е.. - Москва:Дашков и К, 2018. - 136 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/119221>. - Издательство Лань.

4. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат/Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - Москва:Издательско-торговая корпорация ""Дашков и К"", 2020. - 270 с. - URL: <http://znaniyum.com/go.php?id=1093679>.

Дополнительная:

1. Ильин, А. С. Теория и практика связей с общественностью : курс лекций/А. С. Ильин. - М.:КНОРУС, 2009. - 208 с.

2. Кошлякова, М. О. Социальное пространство имиджа : моногр./Российский новый университет. - Москва:ООО ""Научно-издательский центр ИНФРА-М"", 2022. - 153 с. - URL: <http://znaniyum.com/catalog/document?id=393250>.

3. Кошлякова, М. О. Технологии формирования имиджа : моногр. ; ВО - Магистратура/Российский новый университет. - Москва:Российский государственный университет туризма и сервиса, 2008. - 128 с. - URL: <http://new.znaniium.com/go.php?id=365046>.
4. Кузнецов, И. Н. Деловое общение : учеб. пособие . - М.:Дашков и К*, 2008. - 528 с.

б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.

1. Коршикова, М. В. Имиджология : метод. указания к практ. занятиям для бакалавров направления 38.03.02 «Менеджмент» ("Упр. человеческими ресурсами")/М. В. Коршикова, Т. И. Сахнюк ; СтГАУ. - Ставрополь:АГРУС, 2017. - 558 КБ
2. Коршикова, М. В. Имиджиология в социально-культурном сервисе : метод. указания к практ. занятиям для бакалавров направления 43.03.01 - Сервис (Сервис гостинично-ресторанных, туристских, спортивных и развлекательных комплексов)/М. В. Коршикова ; СтГАУ. - Ставрополь:АГРУС, 2018. - 507 КБ

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины.

1. <http://www.economy.gov.ru> – Министерство экономического развития РФ.
2. <http://www.gks.ru> – Федеральная служба государственной статистики.
3. <http://www.minfin.ru> – Министерство финансов РФ.
4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.
5. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Специфика изучения дисциплины «Имиджология в социально-культурном сервисе» обусловлена формой обучения студентов, ее местом в подготовке специалиста и временем, отведенным на освоение курса рабочим учебным планом.

Курс обучения делится на время, отведенное для занятий, проводимых в аудиторной форме (лекции, практические занятия) и время, выделенное на внеаудиторное освоение дисциплины, большую часть из которого составляет самостоятельная работа студента.

Лекционная часть учебного курса для студентов проводится в форме обзоров по основным темам. Практические занятия предусмотрены для закрепления теоретических знаний, углубленного рассмотрения наиболее сложных проблем дисциплины, выработки навыков структурно-логического построения учебного материала и отработки навыков самостоятельной подготовки.

Самостоятельная работа студента включает в себя изучение теоретического материала курса, выполнение практических заданий, подготовку к контрольно-обобщающим мероприятиям.

Для освоения курса дисциплины студенты должны:

- изучить материал лекционных и практических занятий в полном объеме по разделам курса;
- выполнить задание, отведенное на самостоятельную работу: подготовить и защитить реферат по утвержденной преподавателем теме, подготовиться к собеседованию, контрольной работе;

– продемонстрировать сформированность компетенций, закрепленных за курсом дисциплины во время мероприятий текущего и промежуточного контроля знаний.

Посещение лекционных и практических занятий для студентов очной и заочной формы является обязательным.

Уважительными причинами пропуска аудиторных занятий является:

- освобождение от занятий по причине болезни, выданное медицинским учреждением,
- распоряжение по деканату, приказ по вузу об освобождении в связи с участием в внутривузовских, межвузовских и пр. мероприятиях,
- официально оформленное свободное посещение занятий.

Пропуски отрабатываются независимо от их причины.

Пропущенные темы лекционных занятий должны быть законспектированы в тетради для лекций, конспект представляется преподавателю для ликвидации пропуска. Пропущенные практические занятия отрабатываются в виде устной защиты практического занятия во время консультаций по дисциплине.

Контроль сформированности компетенций в течение семестра проводится в форме устного опроса на практических занятиях, выполнения контрольных работ, написания технологических диктантов и тестового контроля по теоретическому курсу дисциплины.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).

- 1 ABBYY FineReader 14 Business 1 year
- 2 Microsoft Desktop Education AllLng License/Software Assurance Pack Academic OLV 1License Level E Enterprise 1Year
- 3 Microsoft Windows Server STDCORE AllLng License/Software Assurance Pack Academic OLV 16Licenses Level E Additional Product Core Lic 1Year
- 4 Microsoft SQL Server Standard Edition AllLng License/Software Assurance Pack Academic OLV 1License Level E Additional Product 1Year
- 5 Microsoft SQLCAL AllLng License/Software Assurance Pack Academic OLV 1License Level E Enterprise Dvc CAL 1Year
- 6 Kaspersky Total Security Russian Edition. 1000-1499 Node 1 year Educational Renewal License
- 7 Adobe Creative Cloud VIP (Adobe Creative Suite, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe Muse, Adobe Dreamweaver, Adobe Bridge, Adobe Fireworks, Adobe Photoshop, Lightroom, Adobe Photoshop, Adobe Premiere Pro)
- 8 КонсультантПлюс-СК сетевая версия (правовая база)

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (ауд. № 300)	Оснащение: столешница для студентов – 66 шт., сидения для студентов -198 шт., сенсорная панель SMART podium – 1 шт., компьютер Neos 490 – 1 шт., конференц система AKG (Микрофоны и звук) – 1 шт., проектор Panasonic PT-EX600E – 1 шт., экран настенный с форматом 4:3 Digis. – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде тематических презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет»,
---	--

	выход в корпоративную сеть университета.
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (ауд. № 407)	Оснащение: столы – 20шт., стулья – 70 шт., компьютер Kraftway Credo – 1шт, экран настенный -1 шт., проектор Epson EB-X18-1 шт., учебно-наглядные пособия в виде тематических презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
Учебные аудитории для самостоятельной работы студентов:	
<i>Читальный зал научной библиотеки (площадь 177 м²)</i>	Оснащение: специализированная мебель на 100 посадочных мест, персональные компьютеры – 56 шт., телевизор – 1шт., принтер – 1шт., цветной принтер – 1шт., копировальный аппарат – 1шт., сканер – 1шт., Wi-Fi оборудование, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
<i>Учебная аудитория № 404)</i>	Оснащение: столы – 28 шт., стулья – 28 шт., телевизор Sony -1 шт., компьютер Kraftway – 13 шт., автоматизированный комплекс сферы услуг HoReCa (отель, ресторан, кафе), учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций (ауд. № 404)	Оснащение: столы – 28 шт., стулья – 28 шт., телевизор Sony -1 шт., компьютер Kraftway – 13 шт., автоматизированный комплекс сферы услуг HoReCa (отель, ресторан, кафе), учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации (ауд. № 408)	Оснащение: столы – 28 шт., стульев – 36 шт., компьютером Kraftway Credo – 1шт, проектор Epson EB-X18-1 шт., интерактивная доска SMART Board 690, учебно-наглядные пособия в виде тематических презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.

13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- 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);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения зачета оформляются увеличенным шрифтом;
- задания для выполнения на зачете зачитываются ассистентом;
- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- 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;
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- по желанию студента зачет может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента зачет проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Имиджелогия в социально-культурном сервисе» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело и учебного плана по профилю «Сервис гостинично-ресторанных, спортивных, развлекательных комплексов»

Автор: к.э.н., доцент Сергиенко Е.Г.

Рецензенты:

к.э.н., доцент кафедры предпринимательства и мировой экономики Тенищев А.В.

к.э.н., доцент кафедры предпринимательства и мировой экономики Сидорова Д.В.

Рабочая программа дисциплины «Имиджелогия в социально-культурном сервисе» рассмотрена на заседании кафедры менеджмента и управленческих технологий протокол № 34 от «16» __мая_ 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело и учебного плана по профилю «Сервис гостинично-ресторанных, спортивных, развлекательных комплексов»

Зав. кафедрой менеджмента
и управленческих технологий

д.э.н., доцент А.В. Назаренко

Рабочая программа дисциплины «Имиджелогия в социально-культурном сервисе» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии факультета социально-культурного сервиса и туризма протокол № 9 от «_20_» _мая_ 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело и учебного плана по профилю «Сервис гостинично-ресторанных, спортивных, развлекательных комплексов»

Руководитель ОП

к.э.н., доцент Варивода В.С.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Имиджелогия в социально-культурном сервисе»
по подготовке бакалавра по программе академического бакалавриата
по направлению подготовки

43.03.03

шифр

Гостиничное дело

направление подготовки

**«Сервис гостинично-ресторанных, туристских, спортивных и
развлекательных комплексов»**

Бакалаврская программа

Форма обучения – очная, заочная

Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов

**Программой дисциплины
предусмотрены следующие
виды занятий:**

Очная форма обучения:

Лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 18 ч.

практические занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка – 36 ч.

самостоятельная работа – 54 ч. в том числе практическая подготовка – 54 ч.

контроль – ч. в том числе практическая подготовка – ч.

Заочная форма обучения:

Лекции – 4 ч., в том числе практическая подготовка – 4 ч.

практические занятия – 10 ч., в том числе практическая подготовка – 10 ч.

самостоятельная работа – 90 ч. в том числе практическая подготовка – 90 ч.

контроль – 4 ч. в том числе практическая подготовка – ч.

Цель изучения дисциплины

Основной *целью* дисциплины является формирование у студентов представления об имиджелогии и имиджмейкинге как о специфической области коммуникативистики. во время обучения студенты знакомятся с понятием «имидж», его местом и ролью в современном обществе, с особенностями его анализа, формирования и управления им.

**Место дисциплины в
структуре ОП ВО**

Учебная дисциплина Б1.В.02 «Имиджелогия в социально-культурном сервисе» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений

**Компетенции, формируемые в
результате освоения
дисциплины**

а) профессиональные компетенции (ПК):

- способен осуществлять управление ресурсами департаментов (служб, отделов) организации индустрии гостеприимства (ПК-2.1)

**Знания, умения и навыки,
получаемые в процессе
изучения дисциплины**

Знания:

- системы методов формирования имиджа и умение их использовать; понимания механизмов, динамики и тенденции модели формирования имиджа, видов и способов восприятия информации, влияющей на формирование имиджа каждого типа субъекта (индивидуального, группового, корпоративного, системно-корпоративного и

предметного имиджа) (ПК-2.1)

Умения:

- анализировать конкретные технологии формирования имиджа всех типов субъектов - индивидуального, группового, корпоративного, системно-корпоративного и предметного имиджа; использовать технологии проектирования и построения желательного имиджа субъекта с учетом целей и особенностей имиджевой аудитории (ПК-2.1)

Навыки и/или трудовые действия:

- владения способностью к разработке и предоставлению гостиничного продукта, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий (ПК-2.1)

**Краткая характеристика
учебной дисциплины
(основные блоки и темы)
Форма итогового контроля**

1. Имиджология: сущность и специфика учебного предмета
2. Классификация и типология имиджей функции имиджа
3. Концептуальные модели корпоративного имиджа
4. Взаимосвязь компонентов имиджа руководителя и внутреннего имиджа организации
5. Внешний и неосознанный имидж организации
6. Персональный имидж:
атрибуты, составляющие и формирование имиджа
7. Технологии самопрезентации
8. Факторы, методы и инструменты формирования имиджа
9. Индустрия имиджмейкерства и ее перспективы в современном обществе

Форма контроля

Очная форма обучения: семестр 6 – зачет

Заочная форма обучения: курс 3 - зачет

Автор:

Доцент кафедры
менеджмента и управленческих технологий, к.э.н.
Е.Г. Сергиенко