


**МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского»**

Факультет психологии

СОГЛАСОВАНО
заведующий кафедрой общей и
социальной психологии
 Л.Н. Аксеновская
"29" 08 2022 г.


УТВЕРЖДАЮ
председатель НМК факультета
психологии
Е.И. Балакирева
"29" 08 2022 г.

Фонд оценочных средств
Текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

Психология делового имиджа

Направление подготовки
37.04.01 «Психология»

Профиль подготовки магистратуры
«Организационная психология»

Квалификация выпускника
Магистр

Форма обучения
Очно-заочная

Саратов
2022

Карта компетенций

<p>ПК-4 Способен осуществлять разработку и реализацию коррекционно-развивающих программ в рамках осуществления психолого-педагогического сопровождения образовательной деятельности.</p>	<p>ПК4 1.1. Знает методологию осуществления коррекционно-развивающих программ с целью осуществления психолого-педагогического сопровождения образовательной деятельности.</p>	<p>Знать: основополагающие понятия в области делового имиджа, методологию осуществления коррекционно-развивающих программ</p> <p>Уметь: самостоятельно анализировать разные теоретические подходы и концепции в области психологии имиджа, методологию осуществления коррекционно-развивающих программ с целью осуществления психолого-педагогического сопровождения образовательной деятельности</p> <p>Владеть: понятийным аппаратом психологии делового имиджа для анализа и систематизации информации, поиска новой информации, объяснения индивидуальных особенностей построения имиджа делового человека</p>
	<p>ПК-4 1.2. Умеет осуществлять научно-обоснованный выбор способов и приемов коррекционно-развивающей работы, направленной на осуществление психолого-педагогического сопровождения образовательной деятельности.</p>	<p>Знать: способы и приемы коррекционно-развивающей работы, закономерности и особенности социально-психологического восприятия имиджа</p> <p>Уметь: эффективно проводить коммуникационную презентацию, выбирать способы и приемы коррекционно-развивающей работ</p> <p>Владеть: навыками применения полученных теоретических знаний для решения практических задач – в построении имиджа делового человека</p>
	<p>ПК-4 1.3. Владеет навыками осуществления коррекционно-развивающих программ с целью осуществления психолого-педагогического сопровождения образовательной деятельности.</p>	<p>Знать: основные виды стратегий самопрезентаций для формирования эффективного делового имиджа; базовые принципы этики и этикета деловых отношений в современных условиях</p> <p>Уметь: разрабатывать</p>

		<p>стратегии и использовать технологии самопрезентации, успешно позиционировать личностный имидж; применять психологические знания в разработке имидж-проектов в соответствующих областях психологической практики</p> <p>Владеть: навыками самораскрытия и совершенствования публичного выступления</p>
--	--	---

Показатели оценивания результатов обучения

Семестр	Шкала оценивания			
	2 (неудовлетворительно)	3 (удовлетворительно)	4 (хорошо)	5 (отлично)
2 семестр	<p>Не знает основополагающие понятия в области делового имиджа, методологию осуществления коррекционно-развивающих программ; способы и приемы коррекционно-развивающей работы, закономерности и особенности социально-психологического восприятия имиджа; основные виды стратегий самопрезентаций для формирования эффективного делового имиджа; базовые принципы этики и этикета деловых отношений в современных условиях</p>	<p>Слабо знает основополагающие понятия в области делового имиджа, методологию осуществления коррекционно-развивающих программ; способы и приемы коррекционно-развивающей работы, закономерности и особенности социально-психологического восприятия имиджа; основные виды стратегий самопрезентаций для формирования эффективного делового имиджа; базовые принципы этики и этикета деловых отношений в современных условиях</p>	<p>Хорошо знает основополагающие понятия в области делового имиджа, методологию осуществления коррекционно-развивающих программ; способы и приемы коррекционно-развивающей работы, закономерности и особенности социально-психологического восприятия имиджа; основные виды стратегий самопрезентаций для формирования эффективного делового имиджа; базовые принципы этики и этикета деловых отношений в современных условиях</p>	<p>Отлично знает основополагающие понятия в области делового имиджа, методологию осуществления коррекционно-развивающих программ; способы и приемы коррекционно-развивающей работы, закономерности и особенности социально-психологического восприятия имиджа; основные виды стратегий самопрезентаций для формирования эффективного делового имиджа; базовые принципы этики и этикета деловых отношений в современных условиях</p>

	<p>Не умеет анализировать разные теоретические подходы и концепции в области психологии имиджа, методологию осуществления коррекционно-развивающих программ с целью осуществления психолого-педагогического сопровождения образовательной деятельности; эффективно проводить коммуникационную презентацию, выбирать способы и приемы коррекционно-развивающей работ; разрабатывать стратегии и использовать технологии самопрезентации, успешно позиционировать личный имидж; применять психологические знания в разработке имидж-проектов в соответствующих областях психологической практики</p>	<p>Неуверенно умеет анализировать разные теоретические подходы и концепции в области психологии имиджа, методологию осуществления коррекционно-развивающих программ с целью осуществления психолого-педагогического сопровождения образовательной деятельности; эффективно проводить коммуникационную презентацию, выбирать способы и приемы коррекционно-развивающей работ; разрабатывать стратегии и использовать технологии самопрезентации, успешно позиционировать личный имидж; применять психологические знания в разработке имидж-проектов в соответствующих областях психологической практики</p>	<p>Хорошо умеет анализировать разные теоретические подходы и концепции в области психологии имиджа, методологию осуществления коррекционно-развивающих программ с целью осуществления психолого-педагогического сопровождения образовательной деятельности; эффективно проводить коммуникационную презентацию, выбирать способы и приемы коррекционно-развивающей работ; разрабатывать стратегии и использовать технологии самопрезентации, успешно позиционировать личный имидж; применять психологические знания в разработке имидж-проектов в соответствующих областях психологической практики</p>	<p>Умеет самостоятельно- анализировать разные теоретические подходы и концепции в области психологии имиджа, методологию осуществления коррекционно-развивающих программ с целью осуществления психолого-педагогического сопровождения образовательной деятельности; эффективно проводить коммуникационную презентацию, выбирать способы и приемы коррекционно-развивающей работ; разрабатывать стратегии и использовать технологии самопрезентации, успешно позиционировать личный имидж; применять психологические знания в разработке имидж-проектов в соответствующих областях психологической практики</p>
--	---	---	---	--

	<p>Не владеет понятийным аппаратом психологии делового имиджа для анализа и систематизации информации, поиска новой информации, объяснения индивидуальных особенностей построения имиджа делового человека; навыками применения полученных теоретических знаний для решения практических задач – в построении имиджа делового человека; навыками самораскрытия и совершенствования публичного выступления</p>	<p>Недостаточно владеет понятийным аппаратом психологии делового имиджа для анализа и систематизации информации, поиска новой информации, объяснения индивидуальных особенностей построения имиджа делового человека; навыками применения полученных теоретических знаний для решения практических задач – в построении имиджа делового человека; навыками самораскрытия и совершенствования публичного выступления</p>	<p>Хорошо владеет понятийным аппаратом психологии делового имиджа для анализа и систематизации информации, поиска новой информации, объяснения индивидуальных особенностей построения имиджа делового человека; навыками применения полученных теоретических знаний для решения практических задач – в построении имиджа делового человека; навыками самораскрытия и совершенствования публичного выступления</p>	<p>Свободно владеет понятийным аппаратом психологии делового имиджа для анализа и систематизации информации, поиска новой информации, объяснения индивидуальных особенностей построения имиджа делового человека; навыками применения полученных теоретических знаний для решения практических задач – в построении имиджа делового человека; навыками самораскрытия и совершенствования публичного выступления</p>
--	--	--	--	--

ые средства**3.1 Задания для текущего контроля****Доклад**

При подготовке к практическим занятиям магистранты должны подготовить доклады, в которых они самостоятельно рассматривают тот или иной вопрос, связанный с психологией делового имиджа. Доклад является одним из механизмов отработки первичных навыков научно-исследовательской работы. Тему доклада магистрант выбирает самостоятельно из предложенного списка. Доклад может сопровождаться мультимедийной презентацией, требования к которой будут приведены ниже.

Темы докладов

1. Социально-психологические механизмы формирования и функционирования имиджа.
2. Личность как объект имиджа.
3. Психологические исследования объекта индивидуального имиджа.
4. Фирма (организация) как объект имиджа.
5. Товар как объект имиджа.
6. От образа к имиджу: психосемантический брендинг.
7. Культура речи, или вербальный имидж.
8. Технология формирования имиджа.
9. Классификация имиджей с точки зрения факторов, их образующих.
10. Основные компоненты имиджа.
11. Имиджформирующая информация и ее виды.
12. Психология имиджа как теория естественных иерархий.
13. Значение той или иной психологической теории при выборе методов формирования имиджа.
14. Процесс формирования имиджа как определяющий фактор социальной адаптации.
15. Исследования имиджа с точки зрения различных наук и отраслей знания.
16. Работа по формированию имиджа как одно из направлений деятельности специалиста по связям с общественностью.

Требования к докладу

В работах такого рода должны присутствовать следующие структурные элементы: название темы, план работы, введение, основная содержательная часть, заключение, список использованных источников и литературы.

Во введении необходимо поставить проблему, обосновать ее актуальность, дать краткую характеристику используемых в работе источников и научных публикаций, четко сформулировать цель и задачи работы. В заключительной части обязательно наличие основных результирующих выводов по анализируемым проблемам. Только при соблюдении всех этих требований может оцениваться уже собственно содержательная часть работы. Магистрант должен не просто предложить реферативный материал, но продемонстрировать умение анализировать научные источники.

Критерии оценивания. Оценка «зачтено» ставится в том случае, если:

- магистрант представил доклад, соответствующий предъявляемым требованиям к структуре и оформлению

-выступление было содержательное, магистрант владел аудиторией, свободно отвечал на вопросы аудитории ;изложение информации было ярким, запоминающимся, студент говорил с энтузиазмом. Магистрант продемонстрировал достаточную

экспрессивность речи, а также продемонстрировал безукоризненное произношение и навыки артикуляции.

- содержание доклада соответствует заявленной теме, демонстрирует способность магистранта к самостоятельной исследовательской работе

- доклад содержит самостоятельные выводы магистранта, аргументированные с помощью данных, представленных в научной литературе.

Оценка «не зачтено» ставится в том случае, если:

- студент в процессе выступления держался крайне неуверенно, не чувствовал обратные реакции аудитории. Изложение информации было тусклым, не запоминающимся, студент говорил с без энтузиазма. Речь была без интонационной, монотонной. Студент также представил презентацию, не соответствующую предъявляемым требованиям к структуре и оформлению. Тема недостаточно раскрыта.

- структура и оформление доклада не соответствуют предъявляемым требованиям

- содержание доклада носит реферативный характер

- отсутствуют самостоятельные выводы магистранта по исследуемой теме.

Мультимедийная презентация доклада

Мультимедийная презентация - передача или представление аудитории новой для нее информации в демонстрационной форме с использованием компьютерной технологии. В общепринятом понимании, презентация – это демонстрационные материалы, представленные в компьютерных слайдах для публичного выступления. Итоговый зачет проводится в форме деловой игры «Мультимедийная презентация доклада» с элементами тренинга, по завершению выступления студента проводится совместный анализ видеозаписи презентации. Готовясь к презентации студент, прежде всего, должен обратить внимание на основные слагаемые презентационной речи, проанализировать этапы подготовки к презентации. При подготовке к презентации студенту необходимо не только основательно ознакомиться с рекомендуемой литературой, но и составляет методические рекомендации «Памятка выступающему».

Памятка выступающему

Прочитайте все рекомендации по подготовки успешного выступления, найдите в литературе другие советы и рекомендации, а затем разработайте собственные советы выступающему.

Чтобы выступление достигло цели, надо задать себе три вопроса:

1. Кому я буду говорить?
2. Для чего?
3. Что должны уяснить для себя слушатели?

При подготовке к выступлению нужно учитывать следующие моменты.

1. *Организационная подготовка к выступлению* (размер помещения, освещение, выбор дистанции, костюм, контакт с аудиторией, самореклама без хвастовства, имидж).
2. *Установление контакта с аудиторией* (личный и эмоциональный контакт со слушателями, создание у слушателей рабочего настроения, познавательный контакт, выбор варианта зачина (вступительной фразы) — эффект первых фраз.
3. *Способы удержания внимания:*
 - логическая организация речи: последовательность, непротиворечивость, обоснованность — эффект аргументации;

- проблемная ситуация в речи, подача фактов и идей в противопоставлении; содержательность, то есть новая, неизвестная слушателям информация или оригинальная интерпретация известных фактов, свежие идеи;
- доступность изложения;
- выразительность речи оратора: меняющаяся интонация, красочные словесные образы, оригинальные сравнения, меткие выражения — эффект интонации, паузы;
- разнообразные приемы изложения: диалогизация речи, вопрос — ответный ход; эффект художественной выразительности;
- драматизация речи: эмоциональное и наглядное изображение относящихся к теме событий;
- применение провокации: заявление того, что вызывает несогласие аудитории;
- сопереживание, которое возникает у слушателей, когда оратор увлеченно описывает события, затрагивающие чувства аудитории;
- непринужденная манера изложения;
- умеренный темп речи;
- освежающее отступление;
- переключение внимания;
- иллюстративные жесты;
- юмор — эффект релаксации.

Критерии оценки публичного выступления проводится по следующим общепринятым критериям:

- по содержанию речи: достоверность и наполненность информации; подбор информации; использование визуального материала; практическая значимость.

- организация речи: плавность перехода от одной части речи к другой

последовательность всех частей монолога; заключение подтверждающее единство всех составляющих.

Презентация и оценка эффективности публичного выступления так же проводится по критериям качества речи и манере держаться:

было ли изложение ярким и приятным аудитории или нудным

были ли его речи понятными, а речь эмоциональной

какими были навыки артикуляции

какими были позы оратора и менялись ли они

насколько удачной была манера держать себя перед аудиторией.

установление контакта с аудиторией

подлинный интерес аудитории и к теме и к манере изложения

активное участие аудитории через вопросы и ответы.

Тематика мультимедийных презентаций может как совпадать с тематикой докладов, так и не совпадать, в случаи самостоятельного выбора студентом темы выступления.

Методические рекомендации для подготовки мультимедийной презентации

Требования к мультимедийной презентации

Содержание презентации должно соответствовать рабочей программе учебной дисциплины и задачам учебного занятия. Система требований, предъявляемых к содержательной части презентации, учитывает дидактические принципы, обеспечивающие эффективность педагогической деятельности. Эти требования отражают особенности современного образовательного процесса и специфику презентационной работы с учащимися.

Структура презентации:

Для любого типа презентации необходимы следующие слайды: 1-ый слайд – титульный лист – тема, автор; 2-ой слайд – сведения об авторе; 3-ий слайд – содержание презентации с кнопками навигации; 4-ый слайд: цель и задачи презентации; в конце – общий вывод и список используемых источников и завершающий слайд – повторение контактной информации об авторе.

Виды слайдов:

Для обеспечения наглядности следует использовать разные способы размещения информации и разные виды слайдов:

- с текстом;
- с иллюстрациями;
- с таблицами;
- с диаграммами;
- с анимацией (если оправдано задачами презентации).

Шрифт:

Желательно устанавливать единый стиль шрифта для всей презентации. Текст должен быть хорошо виден. Размер шрифта должен быть максимально крупным на слайде (допустимый минимальный шрифт 24 пт (для текста) и 40 пт (для заголовков)). Предпочтительнее использовать шрифты Arial, Verdana, Tahoma, Comic Sans MS. Интервал между строк – полуторный.

Расположение информации на странице:

Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана. Форматирование текста по ширине страницы. Уровень запоминания информации зависит от её расположения на экране: в левом верхнем углу слайда располагается самая важная информация.

Содержание информации:

При подготовке текста презентации в обязательном порядке должны соблюдаться общепринятые правила орфографии, пунктуации, стилистики и правила оформления текста, а также могут использоваться общепринятые сокращения. Форма представления информации должна соответствовать уровню знаний аудитории слушателей, для которых демонстрируется презентация.

Объем информации:

Не допустимо заполнять один слайд слишком большим объемом информации, т. к. одновременно человеку трудно запомнить более трех фактов, выводов или определений. Наибольшая эффективность передачи содержания достигается, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Способы выделения информации:

Следует наглядно размещать информацию: применять рамки, границы, заливку, разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки. Возможно применение рисунков, диаграмм, схем, таблиц, выделение опорных слов.

Использование списков:

Списки из большого числа пунктов не приветствуются. Лучше использовать списки по 3-7 пунктов. Большие списки и таблицы необходимо разбивать на 2 слайда.

Разветвлённая навигация:

Использовать навигацию необходимо для обеспечения интерактивности и нелинейной структуры презентации. Это расширит ее область применения (навигация – это переход на нужный раздел из оглавления).

Критерии оценивания образовательных презентаций:

полнота раскрытия темы; структуризация информации; наличие и удобство навигации; отсутствие грамматических, орфографических и речевых ошибок; отсутствие фактических ошибок, достоверность представленной информации; наличие и правильность оформления обязательных слайдов (титульный, о проекте, список источников, содержание); оригинальность оформления презентации; обоснованность и рациональность использования средств мультимедиа и анимационных эффектов; применимость презентации для выбранной целевой аудитории; грамотность использования цветового оформления; использование авторских иллюстраций, фонов, фотографий, видеоматериалов; наличие дикторской речи, ее грамотность и целесообразность; наличие, обоснованность и грамотность использования фонового звука; размещение и комплектование объектов; единый стиль слайдов.

Критерии оценки:

«зачтено»	<p>Студент в процессе выступления уверенно держался, чувствовал реакции аудитории. Изложение информации было ярким, запоминающимся, студент говорил с энтузиазмом. Студент продемонстрировал достаточную экспрессивность речи. Студент продемонстрировал безукоризненное произношение и навыки артикуляции.</p> <p>Студент представил презентацию, соответствующую предъявляемым требованиям к структуре и оформлению. Тема раскрыта с полнотой. Презентация применима для выбранной целевой аудитории. Присутствуют: наглядность представленной информации, оригинальность оформления презентации, структуризация информации, единый стиль слайдов, отсутствие грамматических, орфографических и речевых ошибок; отсутствие фактических ошибок, достоверность представленной информации; наличие и правильность оформления обязательных слайдов (титульный, о проекте, список источников, содержание, выводы); обоснованность и рациональность использования средств мультимедиа и анимационных эффектов; грамотность использования цветового оформления; использование авторских иллюстраций, фонов, фотографий, видеоматериалов, при использовании неавторских материалов – наличие ссылок на источники; наличие, обоснованность и грамотность использования фонового звука; оправданное размещение и комплектование объектов.</p>
«не зачтено»	<p>Студент в процессе выступления держался крайне неуверенно, не чувствовал обратные реакции аудитории. Изложение информации было тусклым, не запоминающимся, студент говорил с без энтузиазма. Речь была без интонационной, монотонной. Студент также представил презентацию, не соответствующую предъявляемым требованиям к структуре и оформлению. Тема недостаточно раскрыта. Презентация не учитывает характер целевой аудитории. Отсутствуют или в недостаточной степени представлены: наглядность представленной информации, оригинальность оформления презентации, структуризация информации, единый стиль слайдов, отсутствие грамматических, орфографических и речевых ошибок; отсутствие фактических ошибок,</p>

	<p>достоверность представленной информации; наличие и правильность оформления обязательных слайдов (титuleльный, о проекте, список источников, содержание, выводы); обоснованность и рациональность использования средств мультимедиа и анимационных эффектов; грамотность использования цветового оформления; использование авторских иллюстраций, фонов, фотографий, видеоматериалов, при использовании неавторских материалов – наличие ссылок на источники; наличие, обоснованность и грамотность использования фонового звука; оправданное размещение и комплектование объектов.</p>
--	---

Примерные темы для презентационных – выступлений

1. Имидж: определение, функции, цели.
2. Деловой имидж как показатель культуры и компетентности.
3. Самопознание личности как компонент делового имиджа.
4. Совместимость имиджа с психологическими особенностями личности.
5. Концептуальные характеристики имиджа.
6. Типы имиджей.
7. Имидж-эффекты.
8. Методы формирования имиджа.
9. Стратегии конструирования делового имиджа.
10. Значение имиджа и имиджирования в деловой жизни.
11. Тактики и стратегии самопрезентации.
12. Психологические функции самораскрытия личности.
13. Основные функции корпоративного имиджа.
14. Формы и методы организационных коммуникаций.
15. Основные характеристики позиционирования.
16. Психологические особенности восприятия имиджа.
17. Особенности формирования корпоративного имиджа.
18. Роль имиджа в формировании общественного мнения.
19. Соотношение понятий имидж, репутация, бренд.
20. Способы возвышения имиджа.
21. Имидж как коммуникация.
22. Структура процесса управления корпоративным имиджем.
23. Основные положения формирования имиджа и репутации делового человека.
24. Слагаемые формирования делового имиджа.
25. Критерии подбора цвета и стиля. Психологическое восприятие цвета. Основные требования к мужскому и женскому деловому костюму.
26. Культура деловых взаимоотношений.
27. Этикет деловых встреч.
28. Сетевой этикет.
29. Факторы и условия эффективной презентации.

30. Публичное выступление. Особенности подготовки к выступлению по радио, телевидению.

Список вопросов для самостоятельной работы:

1. Понятие имиджа. Имидж и образ. Имидж и мнение. Предмет психологии имиджа.
2. Каналы трансляции имиджа.
3. Виды имиджа.
4. Характеристики имиджа.
5. Индуктор и реципиент (аудитория) имиджа.
6. Структура имиджа как социальной установки.
7. Личностная и публичная идентичность как истоки имиджа.
8. Этапы процесса создания имиджа.
9. Идентификация и эмпатия как механизмы формирования имиджа.
10. Социально-психологическая рефлексия и ее роль в формировании имиджа.
11. Ошибки каузальной атрибуции и имидж. Виды атрибуции.
12. Стереотипизация как фактор формирования имиджа.
13. Факторы формирования первого впечатления.
14. Виды имиджформирующей информации.
15. Средовой и габитарный имидж. Закономерности восприятия, используемые в разработке габитарного имиджа.
16. Вербальный имидж. Приемы формирования позитивного вербального имиджа.
17. Невербальный имидж.
18. Манипулятивный и открытый имидж. сферы их использования.
19. Самораскрытие как способ построения имиджа.
20. Самопрезентация и выражение чувств. Я-высказывания как средство самопрезентации.
21. Корпоративный имидж.
22. Позиционирование организации как функция корпоративного имиджа.
23. Внешний и внутренний имидж организации.
24. Корпоративная культура как основа корпоративного имиджа.

Методические рекомендации для выполнения самостоятельной работы

Порядок выполнения самостоятельной работы

Структура самостоятельной работы

Внеаудиторная самостоятельная работа магистрантов (далее самостоятельная работа) включает в себя:

- подготовку к аудиторным занятиям (лекциям, практическим, семинарским) и выполнение соответствующих заданий;
- самостоятельную работу над отдельными темами учебных дисциплин в соответствии с учебно-тематическими планами;
- подготовку ко всем видам контрольных испытаний, в том числе к зачету;
- работу в научных обществах, кружках, семинарах и др.;
- другие виды деятельности, организуемой и осуществляемой вузом, факультетом или кафедрой.

Выполнение любого вида самостоятельной работы предполагает прохождение следующих этапов:

- определение цели самостоятельной работы;
- конкретизация познавательной (проблемной или практической) задачи;

- выбор адекватного способа действий, ведущего к решению задачи (выбор путей и средств для ее решения);

- планирование (самостоятельно или с помощью преподавателя) самостоятельной работы по решению задачи;- реализация программы выполнения самостоятельной работы.

Форма записей может быть разнообразной:

План – первооснова, каркас какой-либо письменной работы, определяющие последовательность изложения материала.

Выписки – небольшие фрагменты текста, содержащие в себе квинтэссенцию содержания прочитанного.

Тезисы – сжатое изложение содержания изученного материала в утвердительной (реже опровергающей) форме.

Аннотация – краткое изложение основного содержания исходного источника информации, дающее о нем обобщенное представление.

Резюме – краткая оценка изученного содержания исходного источника информации, полученная, прежде всего, на основе содержащихся в нем выводов.

Конспект – сложная запись содержания исходного текста, включающая в себя заимствования (цитаты) наиболее примечательных мест в сочетании с планом источника, а также сжатый анализ записанного материала и выводы по нему.

Эссе

Эссе – средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Примерная тематика эссе

1. Сравнительный анализ имиджа личности и организации.
2. Социально-психологический профиль организации как основа ее имиджа.
3. Психологическая структура имиджа.
4. Типологии имиджа.
5. Особенности имиджа товара.
6. Особенности индивидуального имиджа.
7. Сравнительный анализ социального стереотипа и имиджа.
8. Ключевые характеристики имиджа товара.
9. Личность и имидж.
10. Социально-перцептивные механизмы формирования имиджа.
11. Имидж политического деятеля.

Тема эссе для каждого студента утверждается преподавателем в индивидуальном порядке.

Методические рекомендации для написания эссе

Эссе – небольшая по объему самостоятельная письменная работа на предложенную тему соответствующей дисциплины. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных умозаключений. Эссе должно содержать четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. Качество работы оценивается по следующим критериям: самостоятельность выполнения, способность аргументировать положения и выводы, обоснованность, четкость, лаконичность,

оригинальность постановки проблемы, уровень освоения темы и изложения материала (обоснованность отбора материала, использование первичных источников, способность самостоятельно осмыслять факты, структура и логика изложения).

Промежуточная аттестация по дисциплине «Психология делового имиджа», проводится в виде зачета по совокупности выполненных видов работ (посещение лекций, активное участие на практических занятиях, доклад, реферат, эссе).

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры общей и социальной психологии (протокол №1 от 29.08.2022 года).

Автор:

кандидат педагогических наук,
доцент

М.В. Жижина