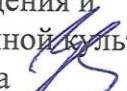


Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ»**

Информационно-библиотечный факультет
Кафедра документоведения и информационной культуры

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой
документоведения и
информационной культуры
Н.Б.Зиновьева 

26 августа 2015 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б.1.В.ДВ.7.1 ИМИДЖЕЛОГИЯ

Направление подготовки **46.03.02** – **Документоведение и архивоведение**

Профиль подготовки – Организация делопроизводства в органах государственной власти и местного самоуправления

Специализация – _____

Квалификация (степень) выпускника - Бакалавр

Форма обучения - очная, заочная

**Краснодар
2015**

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины Б1.В.ДВ.7.1 «Имиджелогия» базовой части студентам очной формы обучения в качестве обязательной дисциплины по направлению подготовки 46.03.02 «Документоведение и архивоведение» в 2, 3 семестрах.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 46.03.02 Документоведение и архивоведение, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 6 марта 2015 года, приказ №176 и основной образовательной программой.

Рецензенты:

Доктор педагогических наук, профессор
кафедры библиотечно-библиографической
деятельности ФГБОУ ВО «Краснодарский
государственный институт культуры»

Н.Л.Голубева

Директор ООО «Агро-Анималь Бридерс»

Б.Е.Соничев

Составители:

Доктор педагогических наук, доцент Скрипкина А.В.

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры педагогики и психологии 01.09.2015 года, протокол № 1.

Рабочая программа учебной дисциплины Б1.В.ДВ.7.1 «Имиджелогия» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» «25» сентября 2015 г., протокол № 1.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ООП ВО	4
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины	4
4. Структура и содержание дисциплины	6
4.1. Структура дисциплины:	6
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	8
5. Образовательные технологии	14
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	14
6.1. Контроль освоения дисциплины	
6.2. Оценочные средства	
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля)	17
7.1. Основная литература	17
7.2. Дополнительная литература	17
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	17
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)	18

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Имиджелогия» является формирование у студентов целостного представления о назначении, формах, методах, технологиях имиджелогии. Данная цель достигается систематизированным изложением основных проблем технологий создания имиджа. Достижение этой цели предполагает решения ряда задач, главная из которых связана с полным и всесторонним изучением проблем имиджирования. Кроме того, изучение дисциплины предполагает анализ различных точек зрения на то, что такое имиджелогия как наука, какова ее практическая направленность, каково ее место и роль в системе научного знания, какова степень ее взаимодействия с другими науками. Описание такого проблемного поля включает ряд более конкретных задач.

Задачи курса:

- проанализировать имидж как составляющую современной цивилизации;
- выделить предмет, объект и метод имиджелогии как науки;
- систематизировать основные понятия имиджелогии, используемые в теории и практике имиджирования;
- охарактеризовать основные направления имиджирования в различных сферах жизнедеятельности;
- обобщить и классифицировать технологии конструирования имиджа;
- проанализировать имидж в различных контекстах;
- дать представление о теоретических и практических затруднениях, возникающих в деятельности имиджмейкера;
- раскрыть роль и значение деятельности имиджмейкера на современном этапе развития;
- показать перспективы развития имиджелогии.

2. Место дисциплины «Имиджелогия» в структуре ООП ВО

Имиджелогия занимает важнейшее место в становлении будущего профессионала социокультурной сферы. Курс «Имиджелогия», используя внутрисистемные и межсистемные связи, взаимодействует с целым комплексом дисциплин: Психология, Экономика, Менеджмент, Деловой этикет, Связи с общественностью, Информационное обеспечение деятельности руководителя.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки (специальности):

способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

способностью уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям (ОК-11).

владением знаниями в области правил публикации исторических источников и оперативного издания документов (ОПК-5);

владением основами информационно-аналитической деятельности и способностью применять их в профессиональной сфере (ПК-2);

способностью самостоятельно работать с различными источниками информации (ПК-4).

В результате освоения дисциплины «Имиджелогия» обучающийся должен:

1) Знать:

- методологические и теоретические основы имиджа;
- сущностные характеристики имиджа, его составляющие;
- роль и значение имиджа в различных сферах общественных отношений;
- социально-психологические механизмы формирования имиджа;
- современные технологии формирования имиджа личности, организации.

2) Уметь:

- определять профиль аудитории, личности, организации;
- разрабатывать тактику формирования имиджа организации, личности;
- проанализировать и предложить механизмы формирования имиджа личности, организации.

3) Владеть:

- знаниями, умениями и навыками по выявлению и оценке имиджевых качеств личности, организации;
- навыками разработки рекомендаций и предложений для изменения имиджа;
- технологиями "личного обаяния".

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	ИЗ	СР	
	Раздел 1.	2	1-9	8	16		24	Семинар
	Раздел 2.	2	10-18	10	20		30	Тест
	Раздел 3.	3	1-17	18	28		53	Семинар экзамен
				36	64		107	

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

(Представляется тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности (лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, курсовая работа, самостоятельное изучение разделов (тем) дисциплины).

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
2-3семестры	2	3	4
Раздел 1	Имидж как элемент современной цивилизации		
Тема 1.1 Общее понятие имиджа	<u>Лекции:</u> Общее понятие имиджа	4	ОК-2 ОК-5 ОК-6 ОК-11 ОПК-5 ПК-2 ПК-4
	<u>Лекции:</u> Виды имиджеформирующей информации		
	<u>Семинар:</u> Имидж: понятие, структура, функции	2	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> нет		
	<u>Самостоятельная работа:</u> анализ источников по теме курса	12	
Тема 1.2. Имиджевые коммуникации и разновидности имиджей	<u>Лекции:</u> Имиджевые коммуникации	4	ОК-2 ОК-5 ОК-6 ОК-11 ОПК-5 ПК-2 ПК-4
	<u>Лекции:</u> Типы имиджей в различных областях человеческой деятельности		
	<u>Практические занятия (в форме деловой игры):</u> Габитарный имидж Вербальный имидж Кинетический имидж Овеществленный имидж Средовый имидж	14	
	<u>Семинар:</u> Имиджевые коммуникации Типы имиджей в различных областях человеческой деятельности		

	<u>Индивидуальные занятия:</u> нет				
	<u>Самостоятельная работа</u> Разработка средового имиджа рабочего места	12			
Раздел 2. Имидж личности					
Тема 2.1	<u>Лекции:</u> Вербальные компоненты имиджа личности <u>Лекции:</u> Невербальные компоненты имиджа личности	4	ОК-2 ОК-5 ОК-6 ОК-11 ОПК-5 ПК-2 ПК-4		
	<u>Практические занятия:</u> Вербальные компоненты имиджа: Речевые приемы Невербальные компоненты современного имиджа	10			
	<u>Индивидуальные занятия:</u> нет				
	<u>Самостоятельная работа:</u> Разработка вербальных и невербальных элементов имиджа делового человека	14			
Тема 2.2	<u>Лекция:</u> Деловая риторика как элемент формирования имиджа <u>Лекция:</u> Бренд как элемент формирования имиджа <u>Лекция:</u> Дресс-код	6	ОК-2 ОК-5 ОК-6 ОК-11 ОПК-5 ПК-2 ПК-4		
	<u>Практические работы:</u> Корпоративный имидж. Основные требования и правила формирования Деловой имидж. Основные требования и правила формирования Имидж политического деятеля. Основные требования и правила формирования Женский деловой имидж. Основные требования и правила формирования Молодежный имидж. Основные требования и правила формирования	10			
	<u>Индивидуальные занятия:</u> нет				
	<u>Самостоятельная работа:</u> Разработка элементов женского дресс-кода	16			
	Раздел 3. Методики формирования имиджа				
	Тема 3.1 Методики формирования имиджа	<u>Лекции:</u> Методики формирования общественного мнения <u>Лекция:</u> методика Паблик-релейшенз по формированию имиджа <u>Лекция:</u> Реклама и самореклама		8	ОК-2 ОК-5 ОК-6 ОК-11 ОПК-5 ПК-2 ПК-4
<u>Семинар:</u> <u>Практические работы:</u> чтение и обсуждение рефератов и эссе в аудитории		14			
<u>Индивидуальные занятия:</u> нет					
<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка рефератов и эссе		20			
Тема 3.2 Имидж в профессии документоведа	<u>Лекция:</u> Имидж секретаря руководителя специалиста службы ДОУ <u>Лекция:</u> Обустройство офиса: стили и варианты <u>Лекция:</u> Эргономические, функциональные и санитарно-	10	ОК-2 ОК-5 ОК-6 ОК-11		

	гигиенические требования в обустройстве внутренней среды организации <i>Лекция:</i> Бренд в бланочной и рекламной продукции организации <i>Лекция:</i> Стилевые характеристики разработки официальных сайтов		ОПК-5 ПК-2 ПК-4
	<i>Практические работы:</i> Разработка обустройства офиса с учетом эргономических, функциональных и санитарно-гигиенических требований Разработка бренда организации для бланочной продукции Разработка стиля и элементов оформления официального сайта организации	14	
	<i>Индивидуальные занятия:</i> нет		
	<i>Самостоятельная работа:</i> сбор информации и материалов для разработки проектов обустройства офиса, бренда бланочной продукции, официального сайта.	33	
Вид итогового контроля: экзамен			
		ВСЕГО:	216

5. Образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебной работы.

Структура и содержание курса предполагают активную интеллектуальную и коммуникативную деятельность студентов. Курс выстроен таким образом, чтобы обеспечить развитие соответствующих профессиональных качеств у студентов. Курс лекций, семинарские и практические занятия отличаются установкой на создание партнерских отношений, что находит отражение в методах обучения. Приоритетными методами обучения являются *активные методы*, где главное внимание уделяется практической отработке знаний, умений и навыков.

Лекционные занятия предполагают предварительную подготовку, связанную с осмыслением заявленных проблем, и не исключают диалогического общения студентов с преподавателем.

На *семинарских занятиях* используются современные методы обучения - деловые игры, мини-конференции, дискуссии, тренинги, презентации, слайды, видео фильмы, позволяющие избежать пассивного восприятия информации и максимально использовать творческий потенциал студентов.

Наиболее эффективными являются методы:

- *анализа конкретных практических ситуаций.* Данный метод заключается в целенаправленной организации учебной деятельности, в рамках которой формируются умения и навыки выявлять ключевые проблемы, выбирать альтернативные пути решения, оценивать их, принимать оптимальные решения и сформулировать программы действий;

- *проблемных ситуаций*. Наиболее эффективной является технология проектирования проблемой ситуации. Отличительной особенностью данной технологии является формирование самостоятельного опыта студентов по приобретению знаний и умений при планировании и выполнении постепенно усложняющихся практических заданий - проектов;

- *проектный* - реализует принцип межпредметных связей обучения, формирует практические умения и навыки, стимулирует выработку профессионально осмысленной мотивации деятельности;

- *деловых и ролевых игр*. Деловые и ролевые игры формируют такие важные ключевые компетенции в деятельности специалиста по формированию имиджа, как умение работать в больших и малых группах, самостоятельность мышления, коммуникативную компетентность. Данный метод дает реальные возможности для высказывания и сопоставления различных позиций и мнений, коллективному поиску решения проблемы.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Оценочные средства как фактор педагогического управления процессом формирования профессиональной компетенции у студентов при изучении курса выстраивается следующим образом: от педагогического управления (педагогический контроль - 1 этап) через частичную передачу педагогических функций от преподавателя к студентам и их самоуправление (педагогический контроль и самоконтроль - 2 этап) к самоуправлению студентов при поддерживающей и направляющей роли педагога (самоконтроль при контролирующей функции педагога -3 этап).

6.1 ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ И РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

Тема 1. Современный имидж: стратегии построения

Браун, Л. Имидж - путь к успеху. - СПб., 1996.

Криксунова, И. Создай свой имидж. - СПб., 1997.

Панасюк, АЛО. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж. - М., 1998.

Почепцов, Г.Г. Профессия: имиджмейкер. —Киев, 1998.

Скрипкина, А.В. Стратегический план и компоненты формирования имиджа профильного вуза // Ежегодник 2010. Образование, наука, культура в эпоху глобализации. Выпуск 1.2010.

Шепель, В.М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния. - М., 1994.

Тема 2. Проблема формирования имиджа и репутации фирмы

Блажнов, Е.А. РиБНс Ке1а1лош. Приглашение в мир цивилизованных рыночных и общественных отношений. - М., 1994.

Гундарин, М. Книга руководителя отдела РЯ. - СПб., 2006.

Даулинг, Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. - М., 2003.

Зверинцев, А.Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера ПР. - СПб., 1997.

Ладанов, И.Д. Практический менеджмент. - М., 1995.

Синяева, И.М. Паблик Рилейшнз в коммерческой деятельности. - М., 1998.

Скрипкина, А.В. Известность и репутация образовательного учреждения в формировании положительного имиджа вуза. [Текст] /Скрипкина А.В.//

Культурная жизнь Юга России.- 2009. - №3.

Уткин, Э.А., Кочеткова А.И. Рекламное дело. - М., 1997.

Тема 3. Имидж мужской и женский: специфика формирования

Гросс, К.Д., Стоун, Дж. Путеводитель по деловому стилю для успешных женщин. - М., 2005.

Гросс, К.Д., Стоун, Дж. Путеводитель по деловому стилю для успешных мужчин. - М., 2006.

Женщина на работе. - Ростов н/Д, 1996.

Панасюк, А.Я. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж. - М., 1998.

Спиллейн, М. Создайте свой имидж. Руководство для женщин. - М., 1996.

Спиллейн, М. Создайте свой имидж. Руководство для мужчин. - М., 1996.

Шепель, В.М. Имиджелогия. Секреты личного обаяния. -М., 1994.

Тема 4. Фирменный стиль и его роль в создании корпоративного имиджа

Блажнов, Е.А. РиБПс Ке1а1;юп8. Приглашение в мир цивилизованных рыночных и общественных отношений. - М., 1994.

Гермогенова, Л.Ю. Эффективная реклама в России. Практика и рекомендации. - М., 1994.

Зверинцев, А.Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера РК. - СПб., 1997.

Лебедева, Т. Искусство обольщения. Паблик Рилейшнз по-французски. - М., 1996.

Синяева, И.М. Паблик Рилейшнз в коммерческой деятельности. - М., 1998.

Скрипкина, А.В. Корпоративные особенности формирования положительного имиджа вуза культуры и искусств// Культурная жизнь Юга России.-2007.-№6.

Тема 5. Формирование имиджа делового человека

Гундарин, М. Книга руководителя отдела РК. - СПб., 2006.

Дип, С., Сесмен, Л. Верный путь к успеху. 1600 советов менеджеру. -М., 1995.

Кузин, Ф.А. Имидж бизнесмена. - М., 1996.

Ладанов, И.Д. Практический менеджмент (Психотехника управления и самотренировки). -М.,1995.

Лебедева, Т. Искусство обольщения. Паблик Рилейшнз по-французски. - М., 1996.

Почепцов, Г.Г. Профессия: имиджмейкер. - Киев, 1998.

Тема 6. Имидж лидера

- Борисов, Б.Л. Реклама и Паблик Рилейшнз. Алхимия власти. - М., 1998.
- Гринберг, Т.Э. Политические технологии. ПР и реклама. - М., 2005.
- Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков. - М., 1994.
- Зверинцев, А.Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера ПР. - СПб., 1997.
- Михальская, А.К. Русский Сократ. Лекции по сравнительно-исторической риторике. -М., 1996.
- Почепцов, Г.Г. Профессия: имиджмейкер. - Киев, 1998.
- Скрипкина, А.В. Мобильность реагирования на изменения запросов потребителей образовательных услуг как фактор конкурентоспособности вуза // Культурная жизнь Юга России.- 2009. - №2.
- Цуладзе, А. Формирование имидже политика в России. - М., 1999.
- Тема 7. Деловая риторика как элемент имиджа бизнесмена**
- Браун, Л. Имидж - путь к успеху. - СПб., 1996.
- Дип, С., Сесмен, Л. Верный путь к успеху. 1600 советов менеджерам. -М., 1995.
- Кузин, Ф.А. Имидж бизнесмена. - М., 1996.
- Романов, А.А. Грамматика деловых бесед. - Тверь, 1995.
- Скрипкина, А.В. Взаимодействие стратегических партнеров в системе «вуз-предприятие» на современном этапе// Историко-культурные и религиозные связи славянских народов: традиции и современность. Сборник научных трудов.- Краснодар, 2006.
- Фишер, Р., Юри, У. Путь к согласию, или переговоры без поражения.-М, 1990.
- Тема 8. Роль ораторского искусства в создании имиджа политика**
- Данкел, Ж., Парнхэм, Э. Ораторское искусство - путь к успеху. - СПб., 1997.
- Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков. - М., 1994.
- Культура парламентской речи. - М., 1994.
- Михальская, А.К. Русский Сократ. Лекции по сравнительно-исторической риторике. - М., 1996.
- Ушакова, Т.Н. и др. Ведение политических дискуссий. Психологический анализ конфликтных выступлений. - М., 1995.
- Тема 9. Невербальные компоненты современного имиджа**
- Биркенбил, В. Язык интонации, мимики, жестов. - СПб., 1997.
- Горелов, И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. - М., 1980.
- Махний, Н. Фейсбилдинг, или кое-что о строительстве лица. -Чернигов, 1995.
- Панасюк, АЛЮ. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж. - М., 1998.
- Пиз, А. Язык телодвижений. - Н. Новгород, 1992.
- Шепель, В.М. Имиджелогия. Секреты личного обаяния. - М., 1994.

Тема 10. Типы имиджей в различных сферах человеческой деятельности и технологии их формирования

Борисов, Б.Л. Реклама и Паблик Рилейшнз. Алхимия власти. - М., 1998.

Галумов, Э. Международный имидж России. - М, 2003.

Панасюк, А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж. - М., 1998.

Почепцов, Г.Г. Профессия: имиджмейкер. — Киев, 1998.

Рожков, И.Я., Кисмерешкин В.Г. Бренды и имиджи. - М., 2006.

Скрипкина, А.В. Стратегический план и компоненты формирования имиджа профильного вуза // Ежегодник 2010. Образование, наука, культура в эпоху глобализации. Выпуск 1.2010.

Ученова, В.В., Старуш М.И. «Философский камешек» рекламного творчества.-М., 1996.

6.2 ФОРМЫ КОНТРОЛЯ (ТЕКУЩЕЙ, ПРОМЕЖУТОЧНЫЙ, ИТОГОВЫЙ)

Примерный перечень вопросов, выносимых на экзамен

1. Феномен имиджа в истории и культуре.
2. Ведущие этапы построения имиджа.
3. Основные виды имиджформирующей информации.
4. Типы современных имиджей.
5. Элементы личностного имиджа.
6. Габитарный имидж.
7. Вербальный имидж.
8. Кинетический имидж.
9. Овеществленный имидж.
10. Средовый имидж.
11. Понятие имиджа и репутации фирмы.
12. Способы формирования и элементы фирменного стиля.
13. Технологии создания делового имиджа.
14. Имидж в политике: иллюзии и реальность.
15. Основные элементы имиджа политика.
16. Стратегии позиционирования при построении имиджа лидера.
17. Имидж в дипломатии и государственном управлении.
18. Имидж в шоу-бизнесе.
19. Ведущие приемы создания имиджэффекта.
20. Методы рекламы и ПР в технологиях построения имиджа.
21. Имидж образовательного учреждения
22. Имидж руководителя
23. Классификация психотипов личности
24. Технология самопрезентации
25. Я - концепция
26. Миф и реальность в имиджелогии

27. Принципы и приемы формирования имиджа политического деятеля
28. Предвыборные технологии создания имиджа
29. Процесс формирования общественного мнения
30. Психология рекламных имиджей и брендов
31. РК - реклама имиджа
32. Имидж СМИ

6.3 Вопросы для проведения тестового контроля по дисциплине «ИМИДЖЕЛОГИЯ» студентов всех форм обучения

1. Под имиджем понимается:
 - а) определенный образ;
 - б) не только визуальный, зрительный образ (вид, облик) человека, но и образ его мышления, действий, поступков;
 - в) совокупность образов в разных ситуациях.
2. Каковы составляющие имиджа?
 - а) природные качества, характеристики личности, все, что связано с жизненным и профессиональным опытом личности;
 - б) моральные характеристики;
 - в) все возможные характеристики деятельности и продуктивности человека.
3. Первым теоретиком имиджа считается:
 - а) Сократ;
 - б) Платон;
 - в) Макиавелли;
 - г) Честерфилд.
4. Имиджформирующая информация воспринимается:
 - а) только сознанием;
 - б) только подсознанием;
 - в) может восприниматься и сознанием, и подсознанием.
5. По этикету первым заканчивает разговор:
 - а) тот, кто звонил;
 - б) тот, кому звонили.
 - в) оба варианта возможны
- б.Проксемика-это:
 - а) акустические невербальные аспекты речи: тембр, темп, дикция и т.д.;
 - б) разнообразные прикосновения людей: рукопожатия, поцелуи, поглаживания;
 - в) коммуникация посредством взаиморасположения собеседников в пространстве: дистанцирование, позиции за столом и т.п.
7. Самопрезентация это:
 - а) умение найти общий язык с окружающими
 - б) умение человека подать себя с лучшей стороны, произвести благоприятное впечатление на окружающих и сохранять его.
 - в) умение стильно одеваться
8. Физиогномика это:

а) это наука, ставящая себе цель определить характер человека по линиям на руках человека.

б) это наука, ставящая себе цель определить характер человека по тембру голоса

в) это наука, ставящая себе цель определить характер человека по чертам его лица.

9. Люди, воспринимающие большую часть информации через ощущения обоняние, осязание и с помощью движений называются:

а) кинестетики

б) аудиалы

в) визуалы

10 Овеществленный имидж это:

а) суждения о человеке по тем вещам, предметам, которые он создал.

б) суждение о человеке по тем вещам, которые его окружают

в) суждение о человеке по тем вещам, которые он носит

11 КСредовой имидж это:

а) рабочее пространство

б) общение с людьми

в) среда обитания человека

12.Габитарный имидж это:

а) среда обитания человека

б) внешний вид (телосложение, макияж, одежда, украшения и т. д.).

в) жесты, мимика.

13. Для формирования позитивного имиджа необходимо работать над формированием:

а)средового имиджа

б)габитарного имиджа

в)овеществленного имиджа

г)вербального имиджа

д)кинетического имиджа е)все варианты верны

14. Принципы формирования вербального имиджа при выступлении заключаются в: а) Выступая, не говорите, а разговаривайте.

б) говорите то, что хотят слышать

в) провоцируйте улыбку

г) все ответы верны

15. О человеке можно судить по:

а) по созданной им искусственной среде обитания - по его жилищу, кабинету, автомобилю....

б) по его собственной внешности

в) по его овеществленной продукции

г) по вербальной продукции

д) по его кинетической продукции е) все ответы верны

16. Какой/какие из нижеперечисленных жестов означают ложь?

- а) потеряние глаз
 б) потеряние ушей
 в) недостаточный зрительный контакт д) всё вышеперечисленное
17. Каково влияние невербальной коммуникации в общении?
 а) 20%
 б) 40%
 в) 70%
 г) 85%
18. . Какое сообщение заключено в поглаживании подбородка?
 а) принятие решения
 б) ложь
 в) контроль
 г) ничего из вышеперечисленного
19. Что означает жест "ладонь на груди"? а) чувство превосходства
 б) критическое суждение
 в) откровенность
 г) уверенность
20. Какое сообщение передается, когда человек касается душками очков губ?
 а) интерес
 б) отказ от принятия решения
 в) неверие
 г) нетерпеливость

Ключ:

1в	5а	9а	13 е	17с
2в	6в	Юа	14г	18а
3в	7б	Пв	15е	19в
4 в	8в	12б	16д	20б

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Имиджелогия»

1. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью : теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков ; А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров; [гриф МО]. - М. : Дело, 2008. - 560 с.

2. Соколов, А.В. Социальные коммуникации [Текст] : учеб. пособие для бакалавров / А. В. Соколов. - СПб : Профессия, 2014. - 287 с. - (Учебник для бакалавров). - ISBN 978-5-904757-65-6 (Изд-во "Профессия")

3. Горчакова, В.Г. Имидж. Искусство и реальность [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / В. Г. Горчакова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 279 с. - ISBN 978-5-238-01930-7

7.2. Дополнительная литература

4. Кошечкина, И.П. Профессиональная этика и психология делового общения [Текст] : [гриф МО]: [СПО] / И. П. Кошечкина, А.А. Канке. - М. : ИД "ФОРУМ": ИНФРА-М, 2014. - 303 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0374-2 (ИД "ФОРУМ"). - ISBN 978-5-16-003441-6 (ИНФРА-М)

5. Кузнецов, И.Н. Деловое общение [Текст] : учеб. пособие для бакалавров / И. Н. Кузнецов. - Ростов н/Д : Феникс, 2014. - 335 с. - (Высш. образование). - ISBN 978-5-222-22496-0 (Изд-во "Феникс")

6. Прокопчук, А.А. Деловая культура: генезис и структура : учеб. пособ. / А. А. Прокопчук ; А.А. Прокопчук. - Краснодар : КГУКИ, 2010. - 280 с. - ISBN 978-5-94825-092-7.

7. Лубашова, Н.И. Визуальная культура [Текст] : учеб.-метод. пособие / Н. И. Лубашова. - Краснодар : КГУКИ, 2015. - 77 с. - ISBN 978-5-90-6317-39-1

8. Петрова, Ю.А. Профессия - секретарь [Электронный ресурс] / Ю. А. Петрова ; Ю.А. Петрова. - М. : Изд. дом "Равновесие", 2010. - 1 электрон. опт. диск.

9. Скрипкина, А.В. Имиджология: учебное пособие: – Краснодар-Москва: Типография КГУКИ, 2006. – 288 с.

10. Щетинская, Н.Б. Адаптация студентов с ограниченными возможностями здоровья к условиям обучения в вузе культуры: Методические рекомендации для преподавателей. – Краснодар: КГИК, 2016. – 42 с.

11. Щетинская, Н.Б. Развитие коммуникативной компетентности студентов с ограниченными возможностями здоровья: Методические рекомендации для студентов. – Краснодар: КГИК, 2016. – 28 с.

12. Руськин, В.И. Социокультурная реабилитация студентов-инвалидов средствами искусства в процессе педагогической деятельности: Методические рекомендации. – Краснодар: КГИК, 2016. – 22 с.

7.3. Периодические издания

1. Журнал «Пресс-служба». – Режим доступа <http://www.pres-service.ru>
2. Журнал «Советник». – Режим доступа <http://www.sovetnik.ru>

7.4. Интернет-ресурсы

1. Консалтинговая компания «Имидж-контакт». – Режим доступа <http://www.image-contact.ru>

2. Международный пресс-клуб. – Режим доступа <http://www.pressclub.host.ru>
3. PR-портал Российской ассоциации по связям с общественностью. – Режим доступа: <http://www.raso.ru>.
4. Центр коммуникативных технологий PRопаганда - Режим доступа <http://www.propaganda.ru>
5. Центр политического консультирования «Никколо М». – Режим доступа <http://www.nikkolom.ru>
6. Электронная библиотека по PR. – Режим доступа http://www.pressclub.host.ru/PR_lib/PR_Rabots.shtml#B3
7. Сайт Международного Клуба PR-управляющих. – Режим доступа: <http://www.pr-professional.ru>.

7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

Помимо аудиторных занятий, учебным планом предусмотрена самостоятельная работа студентов, которая призвана способствовать развитию у студентов творческих навыков, инициативы, умению организовать свое время.

При выполнении плана самостоятельной работы студенту необходимо прочитать теоретический материал в учебниках, учебных пособиях и публикации в периодических изданиях.

Студенту необходимо творчески переработать самостоятельно изученный материал и представить его для отчета в форме, рекомендованной в приведенной ниже таблице.

Работа студента должна быть полной, раскрывающей уровень освоения студентом той или иной темы и грамотно оформленной, показывающей творческий и инициативный подход студента к выполнению задания.

Все виды самостоятельной работы и планируемые на их выполнение затраты времени в часах исходят из того, что студент достаточно активно будет работать в процессе самостоятельного изучения отдельных тем.

В целом самостоятельная работа студента при изучении курса, независимо от формы обучения, включает следующие виды работ:

- проработка материалов лекций;
- чтение рекомендованной литературы;
- чтение и проработка рекомендованных первоисточников;
- поиск и проработка периодической печати;
- поиск и проработка материалов из Интернет-источников;
- выполнение заданий для самостоятельной работы;
- подготовка к тестам и зачету.

Результаты комплексной самостоятельной работы должны быть оформлены в виде персонального портфолио студента, т.е. в форме папки документов, отражающих выполненную самостоятельную работу студента. При этом в портфолио должны быть включены:

- титульный лист
- ответы на вопросы входного тестирования
- выполненные задания самостоятельной работы
- список литературы, с которой работал студент при изучении курса
- результаты научной работы студентов по данному курсу: подготовленные статьи на научные конференции и др.
- результаты промежуточных контрольных срезов

Выполненные задания проверяются преподавателем и оцениваются в баллах.

Задания для самостоятельной работы выполняются студентом в письменном виде на стандартных листах формата А4