

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»  
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО  
Руководитель ОПОП

А.В. Григорьев

«28» августа 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой педагогических  
практик и сервисных индустрий

А.С. Джангазиева

«28» августа 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОСНОВЫ ИМИДЖЕЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Составитель

**Сорокина И.А., канд.психол.н., доцент**

Направление подготовки/  
специальность  
Направленность (профиль)/  
специализация ОПОП

**09.03.03. Прикладная информатика**  
**Прикладная информатика в социальных  
науках**

Квалификация (степень)

**бакалавр**

Форма обучения

**очная**

Год приема

**2023**

Курс

**1 (по очной форме)**

Семестр(ы)

**2 (по очной форме)**

Астрахань– 2023 г.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1. Целями освоения дисциплины «Основы имиджологии в профессиональной деятельности» являются:** формирование у студентов представления об основах имиджологии как дисциплины, формирующей определённый стиль поведения на уровне профессионального общения.

**1.2. Задачи освоения дисциплины «Основы имиджологии в профессиональной деятельности»**

- освоение комплексного представления социальной роли имиджологии;
- освоение основных подходов к проблеме имиджа, функций, методов и принципов формирования имиджа в различных аспектах;
- развитие у студентов потребности творчески совершенствовать себя в личностном аспекте.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

**2.1. Учебная дисциплина «Основы имиджологии в профессиональной деятельности»** относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (факультативным дисциплинам) и осваивается в 2 семестре.

**2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими учебными дисциплинами:**

- - «Безопасность жизнедеятельности»

*Знания:* в области имиджологии, в том числе в профессиональной деятельности, управление проектами, стратегическое планирование;

*Умения:*

организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели; использовать стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;

*Навыки:*

формирования команд и развитию лидерства, выстраивания внутренних и внешних коммуникаций, организации и проведения корпоративных мероприятий.

**2.3. Последующие учебные дисциплины и (или) практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:**

- «Мемы и развитие критического мышления»

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование элементов следующей(их) компетенции(ий) в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки / специальности:

*а) универсальных (УК):*

УК-6 – Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

**Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения**

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)

УК-6 способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.1. 1. Знать: основные приемы эффективного управления собственным временем; основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни	УК-6.2.1. Уметь: эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения	УК-6.3.1. Владеть: методами управления собственным временем; технологиями приобретения, использования и обновления социокультурных и профессиональных знаний, умений и навыков; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни
--	---	---	---

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, в том числе 108 часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (из них: 18 часов - лекции, 36 часов - семинарские занятия) и 54 часа - самостоятельная работа обучающихся. Итоговый контроль знаний – зачет.

**Таблица 2. Структура и содержание дисциплины**

Наименование раздела, темы	Семестр	Контактная работа (в часах)			Самостоят. работа		Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
		Л	ПЗ	ЛР	КР	СР	
Тема 1. Теоретические основы формирования имиджа	2	4	9			14	Опрос Тест Практическая работа
Тема 2. Анализ и планирование имиджа		4	9			14	Опрос Тест Практическая работа Контрольная работа
Тема 3. Инструменты формирования имиджа		4	9			14	Опрос Тест Практическая работа
Тема 4. Оценка эффективности формирования имиджа		6	9			12	Опрос Контрольная работа
<b>Итого</b>		<b>18</b>	<b>36</b>			<b>54</b>	<b>Зачет</b>

**Таблица 3. Матрица соотнесения разделов, тем учебной дисциплины и формируемых компетенций**

Разделы, тема дисциплины	Кол-во часов	Код компетенции	
		УК-6	общее количество компетенций
Тема 1. Теоретические основы формирования имиджа	27	+	1

Тема 2. Анализ и планирование имиджа	27	+	1
Тема 3. Инструменты формирования имиджа	27	+	1
Тема 4. Оценка эффективности формирования имиджа	27	+	1
<b>Консультации</b>		+	
<b>Контроль промежуточной аттестации</b>		+	1
<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

### Краткое содержание каждой темы дисциплины

#### **Тема 1. Теоретические основы формирования имиджа.**

Понятие имиджа и его составляющие. Определение имиджа, репутации и бренда. Различие между ними. Компоненты имиджа: вербальный и невербальный, рациональный и эмоциональный. Имидж как инструмент достижения целей.

Типы имиджей. Положительный, отрицательный, нейтральный имидж. Функции имиджа. Формирование имиджа личности, организации и проекта.

Факторы, влияющие на формирование имиджа. Внутренние (ценности, культура организации, персонал) и внешние факторы (общественное мнение, СМИ, конкуренты). Анализ сильных и слабых сторон. SWOT-анализ.

Имидж и социальная работа. Специфика формирования имиджа социальных организаций и социальных работников. Этические аспекты управления имиджем в социальной сфере.

#### **Тема 2. Анализ и планирование имиджа.**

Аудиторные исследования. Определение целевых аудиторий. Методы исследования общественного мнения (опросы, фокус-группы, анализ СМИ). Интерпретация результатов исследований.

Анализ имиджа конкурентов. Изучение опыта успешных организаций и проектов в социальной сфере. Выявление конкурентных преимуществ и недостатков. Бенчмаркинг.

Разработка стратегии формирования имиджа. Постановка целей и задач. Выбор инструментов и методов. Разработка коммуникационной стратегии. Планирование бюджета и ресурсов.

Формирование позиционирования. Определение уникального торгового предложения (УТП) социальной организации или проекта. Разработка слогана и миссии.

#### **Тема 3. Инструменты формирования имиджа.**

Коммуникационные технологии. Работа со СМИ (пресс-релизы, интервью, публикации). Создание и ведение веб-сайта и социальных сетей. Организация публичных мероприятий.

Визуальная коммуникация. Разработка фирменного стиля (логотип, цветовая гамма, шрифты). Дизайн печатной продукции (буклеты, плакаты). Фото- и видеосъемка.

Управление репутацией. Кризисные коммуникации. Работа с негативной информацией. Техники защиты репутации.

Внутренние коммуникации. Формирование корпоративной культуры. Мотивация персонала. Управление командой.

#### **Тема 4. Оценка эффективности формирования имиджа.**

Методы оценки эффективности. Количественные и качественные методы. Мониторинг СМИ и социальных сетей. Анализ обратной связи от целевых аудиторий.

Корректировка стратегии формирования имиджа. Анализ результатов и внесение изменений в план. Оценка достижения поставленных целей.

Примеры успешных и неудачных кейсов формирования имиджа в социальной сфере. Анализ причин успеха и неудач. Выявление лучших практик.

## **5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине**

В ходе освоения дисциплины лабораторные занятия не предусмотрены.

Преподаватель, назначенный для чтения лекций, обязан до начала учебного процесса подготовить учебно-методические материалы, необходимые для проведения лекционных и семинарских занятий. К ним относятся: рабочая программа учебной дисциплины или междисциплинарного курса; методические материалы для проведения семинарских (практических и др.) занятий.

Разработанный комплект учебно-методических материалов предоставляется в бумажном и электронном виде, обсуждается и утверждается на заседании кафедры перед началом учебного года.

Преподаватель обязан проводить лекционные занятия в строгом соответствии с годовым учебным графиком и утвержденным на его основе расписанием лекций.

При разработке методики семинарских занятий важное место занимает вопрос о взаимосвязи между семинаром и лекцией, семинаром и самостоятельной работой студентов, о характере и способах такой взаимосвязи. Семинар не должен повторять лекцию, и, вместе с тем, его руководителю необходимо сохранить связь принципиальных положений лекции с содержанием семинарского занятия.

Как правило, семинару предшествует лекция по той же теме.

Обязательным в начале лекционного, семинарского занятия проводится контроль знаний, обязательным проведение проектной работы в команде.

В процессе практических (семинарских) занятий, наряду с формированием умений и навыков, обобщаются, систематизируются, конкретизируются теоретические знания, вырабатывается способность использовать теоретические знания на практике, развиваются интеллектуальные умения.

На практических (семинарских) занятиях по дисциплине применяются следующие формы работы:

- 1) Фронтальная – все студенты выполняют одну и ту же работу;
- 2) Групповая – одна и та же работа выполняется группами из 2-5 человек;
- 3) Индивидуальная – каждый студент выполняет индивидуальное задание.

Структура практических занятий по дисциплине в основном одинакова: вступление преподавателя, работа студентов по заданиям преподавателя, которая требует дополнительных разъяснений, собственно практическая часть, включающая разбор конкретных ситуаций, решение ситуационных задач, тренировочные упражнения и т.д.

В структуре практического занятия традиционно выделяют следующие этапы: организационный этап, контроль исходного уровня знаний (обсуждение вопросов, возникших у студентов при подготовке к занятию; исходный контроль (тесты, опрос, проверка письменных домашних заданий и т.д.), коррекция знаний студентов), обучающий этап (педагогический рассказ, инструкции по выполнению заданий), самостоятельная работа студентов на занятии, контроль конечного уровня усвоения знаний, заключительный этап.

### **5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине «**Основы имиджологии в профессиональной деятельности**» составляет 54 часов.

Самостоятельная работа осуществляется в форме подготовки к практическим занятиям и выполнения творческих заданий. По каждой теме предусмотрено выполнение большого

количества разнообразных упражнений; действиями по осуществлению профессиональной деятельности в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов всех уровней образования.

**Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся**

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
<p>Этические аспекты формирования имиджа социального работника: Профессиональная этика, соблюдение конфиденциальности, предотвращение конфликта интересов, влияние личного имиджа на профессиональную деятельность.</p> <p>Формирование позитивного имиджа социальной организации: Разработка стратегии коммуникации, работа с PR, использование социальных сетей, кризисное управление репутацией.</p> <p>Визуальная составляющая имиджа организации: логотип, фирменный стиль, дизайн сайта, оформление офиса, визуальное сопровождение мероприятий.</p> <p>Имидж социальной организации в контексте разных целевых аудиторий: работа с государственными органами, донорами, волонтерами, клиентами и их семьями, общественностью.</p> <p>Анализ эффективности стратегий формирования имиджа: методы оценки результатов, обратная связь от целевых аудиторий, корректировка стратегии.</p>	14	письменное домашнее задание
<p>Вербальные и невербальные средства коммуникации: основы эффективного общения, язык тела, паралингвистические особенности, активное слушание.</p> <p>Коммуникация в конфликтных ситуациях: стратегии разрешения конфликтов, методы управления агрессией, эмоциональный интеллект.</p> <p>Особенности коммуникации с различными категориями населения: дети, пожилые люди, люди с инвалидностью, лица без определенного места жительства, представители разных культур и субкультур.</p> <p>Межведомственное взаимодействие и коммуникация: эффективное сотрудничество с другими специалистами и организациями.</p> <p>Навыки публичных выступлений: подготовка и проведение презентаций, участие в конференциях и общественных мероприятиях.</p>	14	письменное домашнее задание
<p>Использование цифровых технологий для формирования имиджа: социальные сети, блоги, веб-сайты, онлайн-репутация.</p> <p>Формирование имиджа через социальные кампании: разработка и реализация социальных проектов, работа с медиа.</p> <p>Влияние СМИ на имидж социальной работы: анализ</p>	14	письменное домашнее задание

<p>медиа-посланий, работа с журналистами.  Имидж и социальная ответственность: социальная реклама, корпоративная социальная ответственность.  Антикризисные коммуникации в социальной сфере: реагирование на негативную информацию, восстановление репутации.</p>		
<p>Анализ имиджа конкретных социальных организаций и отдельных социальных работников.  Разработка коммуникационной стратегии для вымышленной или реальной социальной организации.  Создание имиджевого проекта для решения конкретной социальной проблемы.  Ролевые игры по отработке коммуникативных навыков в различных ситуациях.</p>	12	письменное домашнее задание

### **5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.**

Для выполнения всех видов письменных работ по дисциплине на занятиях и дома обучающимся рекомендуется иметь рабочую тетрадь. Все письменные домашние задания выполняются по учебникам, указанным в перечне основной и дополнительной литературы для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

#### *Требования к составлению реферата*

Реферирование, или составление реферата - это краткое изложение содержания теоретического материала. Реферат должен быть написан научным языком. Структура реферата: название реферата; основная идея или суть, основные аспекты теории или концепции, вывод. Средний объем реферата – от 500 до 2500 печатных знаков.

#### *Требования к составлению доклада:*

Доклад - публичное сообщение, представляющее собой развернутое изложение на определенную тему.

Общая структура доклада вступление, основная часть и заключение.

Вступление. Формулировка темы доклада, Актуальность выбранной темы, Анализ литературных источников.

Основная часть. Состоит из нескольких разделов, постепенно раскрывающих тему. Возможно использование иллюстрации (графики, диаграммы, фотографии, карты, рисунки) Изложение материала должно быть связным, последовательным, доказательным. Способ изложения материала для выступления должен носить конспективный или тезисный характер.

Заключение. Подводятся итоги, формулируются главные выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы, предлагаются самые важные практические рекомендации.

Требования к оформлению доклада. Объем машинописного текста доклада должен быть рассчитан на произнесение доклада в течение 7 -10 минут (3-5 машинописных листа текста с докладом).

#### *Требования к написанию эссе*

В задании приводится некое утверждение. Нужно написать сочинение-рассуждение, в котором выражается собственное мнение автора касательно данного утверждения.

Эссе должно состоять минимум из 180 и максимум из 275 слов. Если написано меньше 180 слов, то задание проверке не подлежит и оценивается в 0 баллов. Если написано больше 275 слов, то «проверке подлежит только та часть работы, которая соответствует требуемому объёму». Текст организован максимально правильно, т.е. высказывание логично, структура текста соответствует предложенному плану; средства логической связи использованы правильно; текст разделён на абзацы.

Эссе должно быть чётко структурировано и включать в себя следующие части (каждая начинается с нового абзаца):

1. Вступление. Здесь необходимо обозначить проблему, указанную в задании. Важно перефразировать её, а не переписать слово в слово. Также следует дополнить этот тезис небольшим комментарием-пояснением. Закончить вступление можно риторическим вопросом.
2. Выражение собственного мнения. В данном абзаце необходимо тезисно отразить личное отношение автора к данной проблеме и подкрепить его 2-3 развернутыми аргументами. Важно, чтобы доводы были убедительными, ёмкими и логичными. Аргументы вводятся с помощью универсальных слов-связок и фраз.
3. Выражение противоположного мнения. Третий абзац эссе должен содержать точку зрения оппонента. Этот тезис также необходимо подкрепить 1-2 аргументами. Важно, чтобы аргументов у оппонента было на 1 меньше (т.е., если во 2-м абзаце у автора три аргумента, в 3-м должно быть два), потому что цель автора – доказать собственную правоту.
4. Несогласие с мнением оппонентов. Здесь следует опровергнуть мнение оппонента, выразить несогласие автора и подкрепить его 1-2 контраргументами (2 аргумента оппонента = 2 контраргумента автора).
5. Заключение. Последний абзац должен содержать обобщенный вывод касательно обсуждаемого вопроса, который также дополняется комментарием. Можно использовать универсальную фразу, которая заставит читателя задуматься над проблемой.

#### *Требования к ведению конспектирования материала*

Это сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической последовательности. Конспект аккумулирует в себе предыдущие виды записи, позволяет всесторонне охватить содержание книги, статьи. Поэтому умение составлять план, тезисы, делать выписки и другие записи определяет и технологию составления конспекта.

Последовательность составления конспекта: внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

- выделите главное, составьте план;
- кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
- законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
- грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного.

#### *Подготовка к зачету*

Зачет – является итоговой формой оценивания знаний студента по всему курсу изученной дисциплины. Зачет проводится в письменной форме, очно. Для подготовки к зачету понадобятся конспекты практических занятий, словарь терминов. При высоком уровне подготовки к практическим занятиям и составлении конспектов дополнительной литературы к каждой теме, можно избежать обращения к дополнительным источникам знаний при подготовке к зачету. Пользование конспектом или другими носителями информации на зачете строго запрещено.

Итоговая оценка по дисциплине будет учитывать результаты творческих работ, тестирования и зачета.

## **6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

### **6.1. Образовательные технологии**

В ходе освоения дисциплины применяются образовательные технологии, развивающие у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений и лидерские качества: кейс - задачи, практические работы, индивидуальные задания.

**Таблица 5 – Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий**

Раздел, тема дисциплины	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Теоретические основы формирования имиджа	Обзорная лекция	Опрос Тест Практическая работа	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 2. Анализ и планирование имиджа	Лекция - дискуссия	Опрос Тест Практическая работа Контрольная работа	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 3. Инструменты формирования имиджа	Лекция - дискуссия	Опрос Тест Практическая работа	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 4. Оценка эффективности формирования имиджа	Лекция - дискуссия	Опрос Контрольная работа	<i>Не предусмотрено</i>

## 6.2. Информационные технологии

- использование возможностей Интернета в учебном процессе (использование сайта преподавателя (рассылка заданий, предоставление выполненных работ, ответы на вопросы, ознакомление учащихся с оценками и т.д.))
- - использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации
- - использование возможностей электронной почты преподавателя
- - использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т.д.)
- - использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.))
- - использование интегрированных образовательных сред, где главной составляющей являются не только применяемые технологии, но и содержательная часть, т.е. информационные ресурсы (доступ к мировым информационным ресурсам, на базе которых строится учебный процесс);
- использование виртуальной обучающей среды [LMS Moodle «Электронное образование») или иных информационных систем, сервисов и мессенджеров].

## 6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных 6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

### 6.3.1. Программное обеспечение

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов

Платформа дистанционного обучения LMS Moodle	Виртуальная обучающая среда
Microsoft Office 2013	Пакет офисных программ
OpenOffice	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор
Microsoft Windows 7 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Mozilla FireFox	Браузер
Google Chrome	Браузер
Opera	Браузер

### 6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

<i>Наименование современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем</i>
<a href="http://dlib.eastview.com">Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС»</a> <a href="http://dlib.eastview.com">http://dlib.eastview.com</a> <i>Имя пользователя: AstrGU Пароль: AstrGU</i>
Электронные версии периодических изданий, размещённые на сайте информационных ресурсов <a href="http://www.polpred.com">www.polpred.com</a>
Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем» <a href="https://library.asu.edu.ru/catalog/">https://library.asu.edu.ru/catalog/</a>
Электронный каталог «Научные журналы АГУ» <a href="https://journal.asu.edu.ru/">https://journal.asu.edu.ru/</a>
Корпоративный проект Ассоциации региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН) «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС) – сводная база данных, содержащая полную аналитическую роспись 1800 названий журналов по разным отраслям знаний. Участники проекта предоставляют друг другу электронные копии отсканированных статей из книг, сборников, журналов, содержащихся в фондах их библиотек. <a href="http://mars.arbicon.ru">http://mars.arbicon.ru</a>
Справочная правовая система КонсультантПлюс. Содержится огромный массив справочной правовой информации, российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты, технические нормы и правила. <a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>

## 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 7.1. Паспорт фонда оценочных средств.

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «**Основы имиджологии в профессиональной деятельности**» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

**Таблица 6. Соответствие разделов, тем дисциплины, результатов обучения по дисциплине и оценочных средств**

Контролируемый раздел, тема дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного
---	--------------------------------	-------------------------

		средства
Темы 1-4	УК-6, ПК-5	опрос
Темы 1,2,3	УК-6, ПК-5	Практическая работа
Темы 1,2,3	УК-6, ПК-5	тест
Темы 2,4	УК-6, ПК-5	Контрольная работа

## 7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

**Таблица 7 – Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний**

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

**Таблица 8 – Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений**

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание по подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задания

## 7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

## **Тема 1. Теоретические основы формирования имиджа.**

### ***Вопросы для обсуждения:***

1. Понятие имиджа и его составляющие. Определение имиджа, репутации и бренда. Различие между ними. Компоненты имиджа: вербальный и невербальный, рациональный и эмоциональный. Имидж как инструмент достижения целей.
2. Типы имиджей. Положительный, отрицательный, нейтральный имидж. Функции имиджа. Формирование имиджа личности, организации и проекта.
3. Факторы, влияющие на формирование имиджа. Внутренние (ценности, культура организации, персонал) и внешние факторы (общественное мнение, СМИ, конкуренты). Анализ сильных и слабых сторон. SWOT-анализ.

### ***Тест:***

1. Что является основой имиджа?
  - а) Внешний вид
  - б) Внутреннее содержание и восприятие
  - в) Социальный статус
  - г) Материальное положение
2. Какой из элементов не относится к компонентам имиджа?
  - а) Вербальный
  - б) Невербальный
  - в) Визуальный
  - г) Финансовый
3. Что такое "первое впечатление"?
  - а) Завершающее мнение о человеке.
  - б) Краткий и поверхностный вывод, сформированный на основе ограниченной информации.
  - в) Подробный анализ личности.
  - г) Оценочное суждение, основанное на длительном общении.
4. Какая модель имиджа наиболее актуальна для работника социальной сферы?
  - а) Модель «звезды»
  - б) Модель «эксперта»
  - в) Модель «доверенного лица»
  - г) Модель «лидера мнений»
5. Какие факторы НЕ влияют на формирование имиджа социального работника?
  - а) Профессиональные навыки
  - б) Личные качества
  - в) Мода и тренды
  - г) Этика и деонтология

### ***Практическая работа:***

1. Опишите основные составляющие имиджа социального работника. Как они взаимодействуют между собой? Приведите примеры.
2. Раскройте значение концепции "публичного образа" в контексте работы социального работника. Как социальный работник может управлять формированием своего публичного образа?
3. Сравните и сопоставьте положительные и отрицательные стороны использования социальных сетей для формирования имиджа социального работника. Какие риски существуют?
4. Проанализируйте влияние стереотипов и предубеждений на формирование имиджа социального работника. Как социальный работник может преодолевать негативные стереотипы в своей работе?
5. Разработайте краткий план по формированию позитивного имиджа социального работника, учитывающий специфику его профессиональной деятельности.

## **Тема 2. Анализ и планирование имиджа.**

### ***Вопросы для обсуждения:***

1. Определение целевых аудиторий. Методы исследования общественного мнения (опросы, фокус-группы, анализ СМИ). Интерпретация результатов исследований.
2. Изучение опыта успешных организаций и проектов в социальной сфере. Выявление конкурентных преимуществ и недостатков. Бенчмаркинг.
3. Разработка стратегии формирования имиджа. Постановка целей и задач. Выбор инструментов и методов. Разработка коммуникационной стратегии. Планирование бюджета и ресурсов.
4. Формирование позиционирования. Определение уникального торгового предложения (УТП) социальной организации или проекта. Разработка слогана и миссии.

### ***Тест:***

1. Что является основой успешного имидж-планирования?
  - a) Модные тренды
  - б) Высокий бюджет
  - с) Тщательный анализ целевой аудитории и четко определенные цели
  - д) Наличие опытного пиар-менеджера
2. Какой метод анализа имиджа наиболее эффективен для выявления слабых сторон?
  - a) Анализ СМИ
  - б) Опрос экспертов
  - с) Фокус-группы
  - д) Все вышеперечисленные методы
3. Что такое "целевой образ" в контексте имидж-планирования?
  - a) Желаемый имидж организации или личности.
  - б) Имидж, который уже сформирован.
  - с) Имидж конкурентов.
  - д) Имидж, сложившийся в результате случайных событий.
4. Какие инструменты наиболее эффективны для управления имиджем в социальных сетях?
  - a) Таргетированная реклама
  - б) SMM-продвижение
  - с) Работа с отзывами и комментариями
  - д) Все вышеперечисленные инструменты
5. Какую роль играет репутация в формировании имиджа социального работника?
  - a) Минимальную, так как социальная работа - это работа "в тени".
  - б) Ключевую, так как доверие является основой профессиональной деятельности.
  - с) Вторичную, главнее профессиональные навыки.
  - д) Зависит от конкретного случая

### ***Контрольная работа:***

1. Опишите основные этапы процесса анализа имиджа.
2. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные методы планирования имиджа.
3. Объясните, как анализ целевой аудитории влияет на формирование имиджа социального работника.
4. Какие коммуникационные стратегии можно использовать для улучшения имиджа социальной организации?
5. Как социальный работник может противостоять негативным слухам и сплетням, затрагивающим его/ее репутацию?

### ***Практическая работа:***

1. Проведите анализ имиджа (сильные и слабые стороны, возможности и угрозы – SWOT-анализ) любой социальной организации (выберите самостоятельно). Обоснуйте свой выбор и укажите источники информации, которые вы использовали.
2. Разработайте план по улучшению имиджа выбранной вами социальной организации (из пункта 1) за 6 месяцев. План должен включать:
  - Конкретные цели и задачи.
  - Целевую аудиторию.
  - Предлагаемые мероприятия (минимум 5).
  - Инструменты коммуникации.
  - Критерии оценки эффективности.
  - Бюджет (можно указать условно).

### **Тема 3. Инструменты формирования имиджа.**

#### ***Вопросы для обсуждения:***

1. Работа со СМИ (пресс-релизы, интервью, публикации). Создание и ведение веб-сайта и социальных сетей. Организация публичных мероприятий.
2. Разработка фирменного стиля (логотип, цветовая гамма, шрифты). Дизайн печатной продукции (буклеты, плакаты). Фото- и видеосъемка.
3. Управление репутацией. Кризисные коммуникации. Работа с негативной информацией. Техники защиты репутации.
4. Внутренние коммуникации. Формирование корпоративной культуры. Мотивация персонала. Управление командой.

#### ***Тест:***

1. Какой инструмент формирования имиджа наиболее эффективен для создания доверия к социальной организации среди населения?
  - a) Реклама на радио
  - b) Красивый логотип
  - c) Публикации о положительных результатах работы организации в СМИ
  - d) Наличие представительского офиса
2. Какие инструменты относятся к категории "невербальные коммуникации" в формировании имиджа социального работника?
  - a) Распространение листовок
  - b) Язык тела, мимика, интонация голоса
  - c) Публикации в профессиональных журналах
  - d) Организация благотворительных мероприятий
3. Что является главным элементом при формировании имиджа в социальных сетях?
  - a) Количество подписчиков
  - b) Частота публикаций
  - c) Позитивный и консистентный контент, соответствующий ценностям организации/специалиста
  - d) Использование популярных хештегов.
4. Какой инструмент наименее эффективен для формирования имиджа специалиста социальной работы, работающего с детьми-сиротами?
  - a) Участие в благотворительных акциях
  - b) Публикация научных статей в узкоспециализированных журналах
  - c) Позитивные отзывы родителей и детей
  - d) Активная работа с местными СМИ
5. К инструментам формирования имиджа социальной организации НЕ относится:
  - a) Разработка фирменного стиля
  - b) Спонсорская деятельность
  - c) Личное общение с каждым клиентом
  - d) PR-кампании

### ***Практическая работа:***

1. Опишите стратегию формирования позитивного имиджа для новой благотворительной организации, занимающейся помощью бездомным животным. Какие инструменты вы бы использовали и почему? Укажите целевую аудиторию и основные сообщения.
2. Представьте, что вы социальный работник, работающий с пожилыми людьми. Опишите три конкретных действия, которые вы можете предпринять для формирования своего профессионального имиджа, подчеркивая важность доверия и компетентности в данной сфере.
3. Проанализируйте ситуацию: социальная организация, которая долгое время пользовалась хорошей репутацией, столкнулась с негативным инфоповодом (например, скандал в СМИ). Разработайте план действий по управлению кризисом и восстановлению имиджа организации. Какие инструменты вы бы применили и в какой последовательности?

### **Тема 4. Оценка эффективности формирования имиджа.**

#### ***Вопросы для обсуждения:***

1. Методы оценки эффективности. Количественные и качественные методы. Мониторинг СМИ и социальных сетей. Анализ обратной связи от целевых аудиторий.
2. Корректировка стратегии формирования имиджа. Анализ результатов и внесение изменений в план. Оценка достижения поставленных целей.
3. Примеры успешных и неудачных кейсов формирования имиджа в социальной сфере. Анализ причин успеха и неудач. Выявление лучших практик.

#### ***Контрольная работа***

1. Вы работаете социальным работником в районном центре. Вам поручено оценить эффективность работы по формированию позитивного имиджа центра среди местного населения. Разработайте план оценки, включающий:
  - Цели и задачи оценки;
  - Методы сбора информации (опросы, фокус-группы, анализ СМИ и т.д.);
  - Показатели эффективности (как количественные, так и качественные);
  - Способы обработки и анализа данных;
  - Формат представления результатов.
2. Опишите ситуацию, когда формирование позитивного имиджа социальной службы может вступать в конфликт с этическими принципами социальной работы. Как можно разрешить этот конфликт, не жертвуя при этом эффективностью работы по формированию имиджа? Как бы вы оценили эффективность решения в этом случае?
3. Какие особенности оценки эффективности имиджа существуют в сфере социальной работы по сравнению с коммерческими организациями? Аргументируйте свой ответ, приведя конкретные примеры.

### **Перечень вопросов и заданий, выносимых на зачет**

1. Дайте определение понятия "имидж" и объясните его ключевые составляющие. Как имидж отличается от репутации?
2. Раскройте сущность процесса формирования имиджа. Опишите основные этапы и инструменты.
3. Объясните роль вербальных и невербальных коммуникаций в формировании имиджа социального работника. Приведите примеры.
4. В чем заключается разница между личным и профессиональным имиджем? Как они взаимосвязаны?

5. Опишите концепцию "целевого имиджа" и его значение в профессиональной деятельности. Как определить целевую аудиторию для формирования имиджа?
6. Раскройте понятие "кризисного менеджмента имиджа" и опишите стратегии действий в кризисных ситуациях.
7. Проанализируйте этические аспекты формирования имиджа в профессиональной деятельности.
8. Опишите способы формирования доверительных отношений с клиентами через управление своим имиджем.
9. Как можно использовать новые медиа (социальные сети) для формирования имиджа в профессиональной деятельности.
10. Проанализируйте случай формирования негативного имиджа социальной службы и предложите пути его коррекции.
11. Опишите способы мониторинга и оценки эффективности деятельности по формированию имиджа.
12. Как использовать технологии Storytelling для формирования положительного имиджа в профессиональной деятельности.

**Таблица 9 – Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов**

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
<b>Код и наименование проверяемой компетенции</b>				
УК-6 – Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни				
1.	Задание закрытого типа (на выбор одного варианта ответа)	Какие компоненты формируют имидж социального работника?  а) Внешний вид, манера общения, профессиональные навыки. б) Образование, опыт работы, семейное положение. с) Личные качества, профессиональные достижения, репутация. d) Все вышеперечисленное.	d	1
2.	Задание закрытого типа (на выбор одного варианта ответа)	Какое значение имеет вербальная коммуникация в формировании имиджа социального работника?  а) Минимальное, так как важнее невербальные	b	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		<p>сигналы.</p> <p>б) Определяет уровень доверия и понимания.</p> <p>с) Влияет только на первое впечатление.</p> <p>д) Не имеет существенного значения.</p>		
3.	<p>Задание закрытого типа (на выбор одного варианта ответа)</p>	<p>Что является основой позитивного имиджа социального работника?</p> <p>а) Дорогостоящая одежда и аксессуары.</p> <p>б) Высокий уровень профессионализма и этическое поведение.</p> <p>с) Обширная сеть контактов.</p> <p>д) Наличие собственного автомобиля.</p>	b	1
4.	<p>Задание закрытого типа (на выбор одного варианта ответа)</p>	<p>Как невербальные сигналы влияют на формирование имиджа?</p> <p>а) Не оказывают никакого влияния.</p> <p>б) Подкрепляют или противоречат вербальной информации.</p> <p>с) Влияют только на эмоциональное восприятие.</p> <p>д) Не играют важной роли в профессиональной сфере.</p>	b	1
5.	<p>Задание закрытого типа (с выбором одного варианта ответа)</p>	<p>Как социальный работник может использовать знания о формировании имиджа для повышения эффективности своей</p>	С	8

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		<p>работы?</p> <p>а) Путем манипулирования клиентами.</p> <p>б) Путем создания иллюзии успешности.</p> <p>с) Путем установления доверия и авторитета через профессионализм и этичное поведение.</p> <p>д) Путем демонстрации своего социального статуса.</p>		
6.	<p>Задание открытого типа (с развернутым ответом)</p>	<p>Что такое имидж и почему он важен для социального работника?</p>	<p>Имидж – это целенаправленно создаваемый образ, восприятие человека (или организации) общественностью. Для социального работника позитивный имидж критически важен для установления доверия с клиентами, коллегами и общественностью, что необходимо для эффективной работы и достижения положительных результатов в помощи нуждающимся. Он способствует построению прочных терапевтических отношений и укреплению репутации социальной службы.</p>	5
7.	<p>Задание открытого типа (с развернутым ответом)</p>	<p>Назовите основные составляющие имиджа социального работника.</p>	<p>Основные составляющие имиджа социального работника включают: визуальный имидж</p>	10

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			(внешний вид, одежда, манера держаться), вербальный имидж (речь, тон голоса, коммуникативные навыки), поведенческий имидж (эмпатия, профессионализм, этика), имидж, формируемый через действия и результаты работы.	
8.	Задание открытого типа (с развернутым ответом)	Как социальный работник может формировать позитивный визуальный имидж?	Позитивный визуальный имидж социального работника предполагает опрятный и уместный внешний вид, соответствующий ситуации и этикету профессии (чистая одежда, аккуратная прическа). Важно избегать вызывающих элементов, придерживаться профессионального стиля. Важно помнить, что внешний вид должен способствовать установлению доверия, а не отвлекать от работы.	5
9.	Задание открытого типа (с развернутым ответом)	Какую роль играет вербальная коммуникация в формировании имиджа социального работника?	Вербальная коммуникация играет ключевую роль. Ясный, чёткая и грамотная речь, умение слушать и понимать собеседника, выбор подходящего тона и	8

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			стиля общения — залог успешной работы. Важно избегать жаргона, нецензурной лексики и оскорбительных выражений. Эмпатическое слушание и чёткое изложение информации создают позитивное впечатление.	
10.	Задание открытого типа <i>(с развернутым ответом)</i>	Как социальному работнику справиться с негативным восприятием со стороны клиента или общества?	Работа с негативным восприятием требует анализа причин негатива. Важно проанализировать свою работу, понять, что стало причиной негативного отклика. Возможно, необходимо улучшить коммуникативные навыки, откорректировать стиль общения, усилит внимание к эмоциональному состоянию клиента, работать над улучшением своих профессиональных навыков. Открытый диалог и готовность к самокритике способствует восстановлению доверия. В некоторых случаях может потребоваться помощь руководства или супервизора.	5
1.	Задание закрытого типа	Какие ошибки в формировании	d	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
	<i>(на выбор одного варианта ответа)</i>	<p>имиджа наиболее распространены среди социальных работников?</p> <p>а) Излишняя формальность.  б) Небрежность во внешнем виде.  с) Непрофессиональное общение.  д) Все вышеперечисленное.</p>		
2.	<p>Задание закрытого типа  <i>(на выбор одного варианта ответа)</i></p>	<p>Как социальный работник может эффективно использовать визуальные элементы (одежда, офис) для формирования своего профессионального имиджа?</p> <p>а) Подчеркивая свой достаток и статус.  б) Выбирая одежду и обстановку, соответствующие профессиональной этике и вызывающие доверие.  с) Следуя последним модным тенденциям.  д) Игнорируя внешний вид.</p>	b	1
3.	<p>Задание закрытого типа  <i>(на выбор одного варианта ответа)</i></p>	<p>Ситуация: клиент агрессивно настроен к социальному работнику. Как правильно реагировать, чтобы не навредить имиджу?</p> <p>а) Ответить агрессией.  б) Проигнорировать</p>	c	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		<p>агрессию.</p> <p>с) Сохранять спокойствие, выслушать клиента, показать эмпатию и профессионализм.</p> <p>д) Попросить помощи у коллег.</p>		
4.	<p>Задание закрытого типа (на выбор одного варианта ответа)</p>	<p>Как социальный работник может использовать знания о формировании имиджа для повышения эффективности своей работы?</p> <p>а) Путем манипулирования клиентами.</p> <p>б) Путем создания иллюзии успешности.</p> <p>с) Путем установления доверия и авторитета через профессионализм и этичное поведение.</p> <p>д) Путем демонстрации своего социального статуса.</p>	с	1
5.	<p>Задание закрытого типа (с выбором одного варианта ответа)</p>	<p>Как социальный работник может контролировать свой онлайн-имидж?</p> <p>а) Игнорировать онлайн-активность.</p> <p>б) Создать профессиональный профиль в социальных сетях, избегая личной информации.</p> <p>с) Размещать только позитивные отзывы о своей работе.</p> <p>д) Активно вести блог и общаться в социальных сетях.</p>	Б	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
6.	Задание открытого типа <i>(с развернутым ответом)</i>	Как можно использовать технологии для формирования позитивного имиджа социальной службы?	Современные технологии предлагают множество инструментов для формирования позитивного имиджа. Это веб-сайт социальной службы с актуальной информацией, аккаунты в социальных сетях, публикации в СМИ, организация общественных мероприятий, видеоролики, распространение позитивных отзывов клиентов. Важно поддерживать активность в онлайн-пространстве и обеспечивать доступность информации.	8
7.	Задание открытого типа <i>(с развернутым ответом)</i>	В чём принципиальное отличие имиджа социального работника от имиджа, например, бизнесмена?	Имидж социального работника основывается на доверии, эмпатии, компетентности в социальных вопросах и бескорыстной помощи нуждающимся. Имидж бизнесмена, наоборот, часто акцентирует на успехе, профессионализме в узкой сфере и прибыльности. Хотя оба имиджа требуют профессионализма, ценности, лежащие в их основе, различны. Для социального	8

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			<p>работника ключевое – забота о других, для бизнесмена – достижение экономических целей.</p>	
8.	<p>Задание открытого типа (с развернутым ответом)</p>	<p>Как личные ценности социального работника влияют на формирование его профессионального имиджа?</p>	<p>Личные ценности – фундамент профессионального имиджа. Если социальный работник искренне верит в справедливость, сострадание и равенство, это отразится в его поведении, коммуникации и отношении к клиентам. Несоответствие между личными ценностями и профессиональным поведением может разрушить доверие и негативно повлиять на имидж.</p>	8
9.	<p>Задание открытого типа (с развернутым ответом)</p>	<p>Какие невербальные средства коммуникации особенно важны для социального работника при формировании положительного имиджа?</p>	<p>Для социального работника важны: установление зрительного контакта (но без чрезмерной интенсивности), открытая поза (без агрессивных или закрытых жестов), спокойная и уверенная речь, уместное и тактичное прикосновение (в зависимости от культурных норм и ситуации), выражение лица, отражающее эмпатию и</p>	5

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			понимание.	
10.	Задание открытого типа (с развернутым ответом)	Как социальный работник может использовать вербальные средства коммуникации для построения эффективного имиджа?	Эффективная вербальная коммуникация для социального работника включает: ясное и понятное изложение информации, активное слушание, умение задавать открытые вопросы, использование эмпатических высказываний, избегание профессионального жаргона, применение позитивного языка и уважительного обращения к клиентам.	8

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины и в Центре мониторинга и аудита качества обучения.

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

Таблица 10 – Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий/баллы	Максимальное количество баллов	Срок предоставления
<b>Основной блок</b>				
1.	Выступления на семинарских занятиях:			по календарно-тематическому плану
1.1.	полный ответ по вопросу	5/2 балла	20	
1.2.	дополнение	10/0,5 балла	10	
2.	Тест	2/1-5 балла	20	по календарно-тематическому плану
3.	Контрольная работа	2/1-5 баллов	20	по календарно-тематическому плану
4.	Практическая работа	2/1-2,5 баллов	20	
<b>Всего:</b>			<b>90</b>	
5.	<b>Блок бонусов</b>			

5.1.	Посещение занятий	0,2 балла за занятие, но не более 4	10	по календарно-тематическому плану
5.2	Активность студента на занятии	0,4 балла за занятие, но не более 3		
5.3.	80	0,2 балла но не более 1		
5.4.	Участие с докладами на научных конференциях	0,2 балла но не более 2		
<b>Всего</b>			<b>10</b>	
<b>ИТОГО</b>			<b>100</b>	

**Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)**

Показатель	Баллы
Опоздание на занятие	-2
Нарушение учебной дисциплины	-4
Неготовность к занятию	-4
Пропуск занятий без уважительной причины (за одно занятие)	-4

**Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине**

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69	3 (удовлетворительно)	
60–64		
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	
		Зачтено
		Не зачтено

При реализации дисциплины в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **8.1. Основная литература**

Вишнякова, Ю. А. Социальный маркетинг. Инклюзивные формы : учебное пособие для вузов / Ю. А. Вишнякова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 140 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12509-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476669>

2. Технология формирования имиджа, PR и рекламы в социальной работе : учебник и практикум для вузов / М. В. Воронцова [и др.] ; под редакцией М. В. Воронцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 251 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15152-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567286>

3. Холостова, Е. И. Социальная работа и социальная сплоченность общества [Электронный ресурс] : учеб. пособие для бакалавров / Е. И. Холостова. — М. : Дашков и К., 2014. — 128 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5893530314.html> (ЭБС «Консультант студента»).

## **8.2. Дополнительная литература**

1. Фирсов М.В. Теория социальной работы. М. «Владос».-2012. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5893530314.html> (ЭБС «Консультант студента»).

## **8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины**

1. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента». Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» является электронной библиотечной системой, предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Каталог в настоящее время содержит около 15000 наименований. [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru). Регистрация с компьютеров АГУ
2. Электронная библиотечная система издательства ЮРАЙТ <https://urait.ru/>

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Лекционная аудитория с мультимедиа ресурсами для показа видео-контента и презентаций, зал открытого доступа к сети Интернет, ПК.

Аудитория для семинарских занятий с мультимедиа ресурсами для показа видео-контента и презентаций, организации командной работы со студентами.

Рабочая программа дисциплины при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).