

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  
доктор педагогических наук, профессор,  
профессор кафедры педагогического  
образования



А. М. Трещев

«30» августа 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой педагогического  
образования



И.А. Романовская

«30» августа 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ИМИДЖ РУКОВОДИТЕЛЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Составитель	<b>Акмамбетова М.Е., доцент, кандидат педагогических наук, доцент кафедры ПО 44.04.01 ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ</b>
Направление подготовки / специальность	<b>44.04.01 ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ</b>
Направленность (профиль) ОПОП	<b>МЕНЕДЖМЕНТ В ОБРАЗОВАНИИ</b>
Квалификация (степень)	<b>магистр</b>
Форма обучения	<b>очно-заочная</b>
Год приема	<b>2023</b>
Курс	<b>2</b>
Семестр	<b>3</b>

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**1.1. Целями освоения дисциплины «Имидж руководителя образовательной организации»** являются формирование у магистрантов представления об имиджологии как науке, искусстве и технологии построения привлекательного профессионально-личностного образа руководителя, освоение содержания принципов, инструментария и технологий имиджирования, понимание теоретической и практической значимости профессионально-личностного имиджа руководителя в рискогенных условиях современной рыночной экономики.

**1.2. Задачи освоения дисциплины «Имидж руководителя образовательной организации»:**

- рассмотрение сущности и истории имиджологии, ее понятийно-терминологического аппарата; особенностей имиджа руководителя, его составляющих, принципов и технологий создания образа руководителя образовательной организации;
- формирование теоретических знаний об основных приемах самопрезентации;
- формирование умений и навыков владения инструментарием имиджологии при построении профессионально-личностного имиджа и проектированием мероприятий по развитию и укреплению имиджа руководителя организации.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

**2.1. Учебная дисциплина «Имидж руководителя образовательной организации»** относится к части, формируемой участниками образовательных отношений и осваивается в 3 семестре.

**2.2. Для изучения данной учебной дисциплины «Имидж руководителя образовательной организации» необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими учебными дисциплинами:** *Современные проблемы науки и образования, Русский язык в профессиональной сфере, Менеджмент качества в образовании, Управление образовательной организацией, Формирование корпоративной культуры в образовательной организации.*

Знания: Основы деятельности образовательной организации.

Умения: Анализировать полученные результаты собственных исследований и современных научных достижений в области менеджмента. Использовать результаты научных достижений в собственной профессиональной деятельности

Навыки: Владеть методами корпоративной культуры

**2.3. Последующие учебные дисциплины и практики, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые учебной дисциплиной «Имидж руководителя образовательной организации»:**

- *Управление проектами*
- *Конструктивное регулирование конфликтов в образовательной организации*
- *Проектирование программ развития образовательных организаций*
- *Производственные практики.*

## **3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

а) универсальных (УК): **Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе собственной**

самооценки (УК 6).

**Таблица 1 - Декомпозиция результатов обучения**

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
УК – 6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе собственной самооценки	ИУК-6.1.1 основные способы проведения самооценки, корректировки и совершенствования на этой основе собственной деятельности	ИУК-6.2.1 определять приоритеты собственной деятельности и совершенствовать ее на основе самооценки	ИУК-6.3.1 опытом успешного выбора приоритетов собственной деятельности и ее совершенствования на основе самооценки

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Объём дисциплины составляет 3 зачётные единицы, в том числе 20 часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (из них 20 часов – семинарские), и 88 часов – на самостоятельную работу обучающихся

**Таблица 2 - Структура и содержание дисциплины**

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Семестр	Контактная работа (в часах)			Самост. работа		Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
		Л	ПЗ	ЛР	КР	СР	
Тема 1. Понятие имиджа. Социокультурная сущность имиджа. Предмет, задачи и функции имиджелогии.	3	-	2	-	-	14	Устный опрос
Тема 2. Особенности имиджа руководителя современной организации		-	2	-	-	14	Рецензирование статьи
Тема 3. Профессионально-личностный имидж руководителя. Совершенствование имиджа руководителя.		-	4	-	-	14	Подготовка и написание рефератов
Тема 4. Инструментарий формирования имиджа		-	4	-	-	14	Тестирование

руководителя							
Тема 5. Современные технологии формирования имиджа успешного руководителя	-	4	-	-	14	Работа в малых группах	
Тема 6. Фэйс-контроль как технология и имиджевая практика	-	4	-	-	18	Круглый стол	
<b>ИТОГО</b>	-	<b>20</b>	-	-	<b>88</b>	<b>ЗАЧЕТ</b>	

Примечание: Л – лекция; ПЗ – практическое занятие, семинар; ЛР – лабораторная работа; КР – курсовая работа; СР – самостоятельная работа.

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

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции	общее количество компетенций
		УК 6	
Тема 1. Понятие имиджа. Социокультурная сущность имиджа. Предмет, задачи и функции имиджелогии.	16	+	1
Тема 2. Особенности имиджа руководителя современной организации	16	+	1
Тема 3. Профессионально-личностный имидж руководителя. Совершенствование имиджа руководителя.	18	+	1
Тема 4. Инструментарий формирования имиджа руководителя	18	+	1
Тема 5. Современные технологии формирования имиджа успешного руководителя	18	+	1
Тема 6. Фэйс-контроль как технология и имиджевая практика	22	+	1
<b>Итого</b>	<b>108</b>		<b>1</b>

### Краткое содержание каждой темы дисциплины

#### Тема 1. Понятие имиджа. Социокультурная сущность имиджа.

История возникновения понятия «имидж». Предмет, задачи и функции имиджелогии. Понятие имиджелогии и предмет ее изучения. Имиджелогия как наука, искусство и технология. Основные цели, задачи и функции имиджелогии.

Имиджирование как фактор успешного развития организации, руководителя и персонала. Современные подходы к понятию имиджа. Принципы создания и формула воздействия имиджа. Процесс формирования привлекательного имиджа. Основные элементы построения профессионально-личностного имиджа современного специалиста. Критерии выбора модели поведения. Проблема контроля и коррекции имиджа в условиях готовности к кооперации с коллегами, работе в коллективе, стремления к личностному и профессиональному саморазвитию

## **Тема 2. Особенности имиджа руководителя современной организации.**

Имиджевые требования к руководителю организации. Основные составляющие имиджа руководителя: профессионализм, компетентность, креативность, нравственная надежность, обладание лидерскими качествами, гуманитарная образованность, коммуникативная привлекательность, здоровье и стрессоустойчивость, владение психотехнологиями.

## **Тема 3. Профессионально-личностный имидж руководителя.**

Персональные характеристики: физические, психофизиологические особенности, характер, тип личности, индивидуальный стиль принятия решений. Социальные характеристики: статус руководителя, модели ролевого поведения, связь с различными социальными группами. Личная миссия руководителя. Нормы и ценностные ориентации руководителя.

Способы совершенствования имиджа руководителя: пассивный и активный. Поэтапное моделирование поведения руководителя. Поведенческий этикет. Приемы самопрезентации руководителя: фасцинация и аттракция. Совершенствование ком-муникативной культуры руководителя. Речевой этикет.

## **Тема 4. Инструментарий формирования имиджа руководителя.**

Позиционирование как серия последовательных операций: трансформация, утрировка, перевод. Манипулирование. Мифологизация, Эмоционализация. Формат. Вербализация. Детализация. Архаизация. Дистанцирование. Визуализация.

## **Тема 5. Современные технологии формирования имиджа успешного руководителя.**

Технология успеха. Средовая технология. Технология убеждения. Технология образов. Технология использования средств массовой информации. Кинетическая технология.

## **Тема 6. «Фэйс-контроль как технология и имиджевая практика».**

Понятие фэйс-контроля как технологии отбора, контроля и социокультурного явления. Процедура фэйс-контроля. Положительные и отрицательные стороны профессионального фэйс-контроля.

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

### **5.1. Указания по организации и проведению практических (семинарских) занятий с перечнем учебно-методического обеспечения**

Освоение содержания дисциплины «Имидж руководителя образовательной организации» осуществляется в рамках семинарских занятий и круглых столов, предполагает большую долю самостоятельной работы по освоению дисциплины. На семинарских занятиях и в ходе выполнения самостоятельных заданий отрабатываются умения и навыки по формированию управленческого имиджа.

Одним из условий, обеспечивающих успех семинарского занятия, является совокупность определённых конкретных требований к выступлениям, докладам, рефератам студентов; требований чётких, но не сковывающих творческую мысль выступающих.

Этому требованию удовлетворяет следующий комплекс минимальных требований:

1. Соответствие содержания теме.
2. Раскрытие сущности проблемы, полное и краткое.
3. Логичное и связное построение доклада.
4. Наличие обоснованных выводов.
5. Знание источников и умение ссылаться на них.

Обязательным требованием к выступающему, особенно в начале семинарского курса, является зачитывание плана выступления. Можно рекомендовать магистранту осветить лишь один или два пункта его доклада, что формирует гибкость мышления, способность переключать внимание, быстроту переориентировки.

Важнейшие требования к выступлениям - самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них.

Приводимые участником семинара примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения и в то же время не быть слишком «специализированными». Примеры из области наук, близких к будущей специальности студента, из сферы познания, обучения поощряются руководителем семинара.

Выступление магистранта соответствовать требованиям логики. Чёткое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от неё в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

Целью дискуссии в форме Круглого стола является выработка у студентов навыков формулировки, высказывания и аргументации своей мировоззренческой позиции. Реализация данной цели предполагает решение задач:

- формирование навыков коллективного взаимодействия,
- развитие взаимоуважения
- повышение уровня общей культуры
- углубление знаний по пройденным разделам модуля

Методические рекомендации к участию в устном опросе. Устный опрос проводится с учётом знаний, полученных студентами по другим дисциплинам, прежде всего гуманитарного блока.

Основными структурными элементами опроса являются:

- обсуждение преподавателем совместно со студентами темы занятий;
- постановка вопросов и разрешение с их помощью конкретных ситуаций;
- консультации преподавателя во время занятий;
- обсуждение и оценка полученных результатов;
- текущий контроль знаний.

Проведение опроса осуществляется в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины и календарным планом.

## 5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины

Таблица 4 - Содержание самостоятельной работы обучающихся

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
<p>Темы 1. Понятие имиджа. Социокультурная сущность имиджа. Предмет, задачи и функции имиджологии.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные элементы построения профессионально-личностного имиджа современного специалиста.</li> <li>2. Критерии выбора модели поведения.</li> <li>3. Проблема контроля и коррекции имиджа в условиях готовности к кооперации с коллегами, работе в коллективе, стремления к личностному и профессиональному саморазвитию.</li> <li>4. Основные функции и современные типологии имиджа.</li> </ol>	35	Устный опрос

<p>Тема 2. Особенности имиджа руководителя современной организации</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Функции привлекательного имиджа и их взаимосвязь.</li> <li>2. Критерии и типологии современного имиджа.</li> <li>3. Самоимидж, воспринимаемый и требуемый имиджи (Э. Сэмсон).</li> <li>4. Зеркальный, текущий, желаемый, корпоративный, множественный имиджи (Ф. Джевкинз).</li> <li>5. Внешний, внутренний и независимый имиджи</li> </ol>		
<p>Тема 3. Профессионально-личностный имидж руководителя. Совершенствование имиджа руководителя.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Персональные характеристики современного руководителя.</li> <li>2. Физические, психофизиологические особенности, характер, тип лично-сти, индивидуальный стиль принятия решений.</li> <li>3. Социальные характеристики руководителя.</li> </ol>	35	Реферат
<p>Тема 4. Инструментарий формирования имиджа руководителя</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Статус руководителя, модели ролевого поведения, связь с различными социальными группами.</li> <li>2. Личная миссия, нормы и ценностные ориентации руководителя.</li> </ol>		
<p>Тема 6. Подготовка к участию в работе круглого стола на тему: «Фэйс-контроль как технология и имиджевая практика».</p>	18	Доклад

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

#### Реферат

Цель такой работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления

Виды рефератов:

- реферат-конспект, содержащий фактическую информацию в обобщенном виде, иллюстративный материал, различные сведения о методах исследования, результатах исследования и возможностях их применения;
- реферат-резюме, содержащий только основные положения данной темы;
- реферат-обзор, составляемый на основе нескольких источников, в котором сопоставляются различные точки зрения по данному вопросу;
- реферат-доклад, содержащий объективную оценку проблемы;
- реферат — фрагмент первоисточника, составляемый в тех случаях, когда в документе-первоисточнике можно выделить часть, раздел или фрагмент, отражающие информационную сущность документа или соответствующие задаче реферирования;
- обзорный реферат, составляемый на некоторое множество документов-первоисточников и являющийся сводной характеристикой определенного содержания документов.

Алгоритм выполнения задания:

- 1) выбрать тему, если она не определена преподавателем;
- 2) определить источники, с которыми придется работать;
- 3) изучить, систематизировать и обработать выбранный материал из источников;

4) составить план;

5) написать реферат. Обосновать актуальность выбранной темы; указать исходные данные реферируемого текста (название, где опубликован, в каком году), сведения об авторе (Ф. И. О., специальность, ученая степень, ученое звание); сформулировать проблематику выбранной темы; привести основные тезисы реферируемого текста и их аргументацию; сделать общий вывод по проблеме, заявленной в реферате.

### **Конспект.**

Цель данной: выработка умений и навыков грамотного изложения теории и практических вопросов в письменной форме в виде конспекта.

Виды конспектов:

- плановый конспект (план-конспект) - конспект на основе сформированного плана, состоящего из определенного количества пунктов (с заголовками) и подпунктов, соответствующих определенным частям источника информации;

- текстуальный конспект - подробная форма изложения, основанная на выписках из текста-источника и его цитировании (с логическими связями);

- произвольный конспект - конспект, включающий несколько способов работы над материалом (выписки, цитирование, план и др.);

- схематический конспект (контекст-схема) - конспект на основе плана, составленного из пунктов в виде вопросов, на которые нужно дать ответ;

- тематический конспект - разработка и освещение в конспективной форме определенного вопроса, темы;

- опорный конспект (введен В. Ф. Шаталовым) - конспект, в котором содержание источника информации закодировано с помощью графических символов, рисунков, цифр, ключевых слов и др.;

- сводный конспект - обработка нескольких текстов с целью их сопоставления, сравнения и сведения к единой конструкции;

- выборочный конспект - выбор из текста информации на определенную тему.

Формы конспектирования:

- план (простой, сложный) включает анализ структуры текста, обобщение, выделение логики развития событий и их сути;

- выписки - простейшая форма конспектирования, почти дословно воспроизводящая текст;

- тезисы представляют собой выводы, сделанные на основе прочитанного. Выделяют простые и осложненные тезисы (кроме основных положений, включают также второстепенные);

- цитирование - дословная выписка, которая используется, когда передать мысль автора своими словами невозможно.

Алгоритм выполнения задания:

1) определить цель составления конспекта;

2) записать название текста или его части;

3) записать выходные данные текста (автор, место и год издания);

4) выделить при первичном чтении основные смысловые части текста;

5) выделить основные положения текста;

6) выделить понятия, термины, которые требуют разъяснений;

7) последовательно и кратко изложить своими словами существенные положения изучаемого материала;

8) включить в запись выводы по основным положениям, конкретным фактам и примерам (без подробного описания);

9) использовать приемы наглядного отражения содержания (абзацы «ступеньками», различные способы подчеркивания, ручки разного цвета);

10) соблюдать правила цитирования (цитата должна быть заключена в кавычки, дана ссылка на ее источник, указана страница).

### **Доклад.**

Доклад - публичное сообщение или документ, которые содержат информацию и отражают суть вопроса или исследования применительно к данной ситуации.

Виды докладов:

1. Устный доклад читается по итогам проделанной работы и является эффективным средством разъяснения ее результатов.

2. Письменный доклад: краткий (до 20 страниц), резюмирует наиболее важную информацию, полученную в ходе исследования; подробный (до 60 страниц), включает не только текстовую структуру с заголовками, но и диаграммы, таблицы, рисунки, фотографии, приложения, сноски, ссылки, гиперссылки. Для работы на Круглом столе допускаются краткие доклады.

Алгоритм выполнения задания:

1) четко сформулировать тему (например, письменного доклада);

2) изучить и подобрать литературу, рекомендуемую по теме, выделив три источника библиографической информации: первичные (статьи, диссертации, монографии и т. д.); вторичные (библиография, реферативные журналы, сигнальная информация, планы, граф-схемы, предметные указатели и т. д.); третичные (обзоры, компилятивные работы, справочные книги и т. д.);

3) написать план, который полностью согласуется с выбранной темой и логично раскрывает ее;

4) написать доклад, соблюдая следующие требования:

- к структуре доклада. Его структура должна включать краткое введение, обосновывающее актуальность проблемы; основной текст; заключение с краткими выводами по исследуемой проблеме; список использованной литературы;

к содержанию доклада. Общие положения доклада надо подкрепить и пояснить конкретными примерами; не пересказывать отдельные главы учебника или учебного пособия, а изложить собственные соображения по существу рассматриваемых вопросов, внести свои предложения;

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

### **6.1. Образовательные технологии**

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

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Понятие имиджа. Социокультурная сущность имиджа. Предмет, задачи и функции имиджелогии.	Не предусмотрено	Тематический семинар	Не предусмотрено
Тема 2. Особенности имиджа руководителя современной организации	Не предусмотрено	Тематический семинар	Не предусмотрено
Тема 3. Профессионально-личностный имидж	Не предусмотрено	Работа в малых группах	Не предусмотрено

руководителя. Совершенствование имиджа руководителя.			
Тема 4. Инструментарий формирования имиджа руководителя	Не предусмотрено	Семинар- дайджест	Не предусмотрено
Тема 5. Современные технологии формирования имиджа успешного руководителя	Не предусмотрено	Тематический семинар	Не предусмотрено
Тема 6. Фэйс-контроль как технология и имиджевая практика	Не предусмотрено	Круглый стол	Не предусмотрено

### 6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источников 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 виртуальной обучающей среды («Электронное образование»).

### 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
Mozilla FireFox	Браузер
Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор
Microsoft Windows 7 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер
OpenOffice	Пакет офисных программ
Opera	Браузер

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

Наименование современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем
Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС» <a href="http://dlib.eastview.com">http://dlib.eastview.com</a> <i>Имя пользователя: 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 (МОДУЛЮ)

### 7.1. Паспорт фонда оценочных средств

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

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

Контролируемый раздел, тема дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
Понятие имиджа. Социокультурная сущность имиджа. Предмет, задачи и функции имиджелогии.	УК 6	Опрос
Особенности имиджа руководителя современной организации	УК 6	Рецензирование статьи
Профессионально-личностный имидж руководителя. Совершенствование имиджа руководителя.	УК 6	Реферат
Инструментарий формирования имиджа руководителя	УК 6	Тест
Современные технологии формирования имиджа успешного руководителя	УК 6	Дайджест
Фэйс-контроль как технология и имиджевая практика	УК 6	Доклад

**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 задание

### 7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине

*Тема «Понятие имиджа. Социокультурная сущность имиджа.*

*Предмет, задачи и функции имиджелогии»*

*Оценочное средство - опрос.*

Вопросы:

1. Основные элементы построения профессионально-личностного имиджа современного специалиста.
2. Критерии выбора модели поведения.
3. Проблема контроля и коррекции имиджа в условиях готовности к кооперации с коллегами, работе в коллективе, стремления к личностному и профессиональному саморазвитию.
4. Основные функции и современные типологии имиджа.
5. Функции привлекательного имиджа и их взаимосвязь.
6. Критерии и типологии современного имиджа.
7. Самоимидж, воспринимаемый и требуемый имиджи (Э. Сэмпсон).
8. Зеркальный, текущий, желаемый, корпоративный, множественный имиджи (Ф. Джевкинз).
9. Внешний, внутренний и независимый имиджи.

*Тема «Особенности имиджа руководителя современной организации»*

*Оценочное средство – Рецензия на статью.*

1. Батракова Людмила Георгиевна Формирование эффективного имиджа образовательного учреждения // Ярославский педагогический вестник. 2013. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-effektivnogo-imidzha-obrazovatel'nogo-uchrezhdeniya>
2. Бухаров Денис Валерьевич Имидж образовательного учреждения // ЧиО. 2009. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-obrazovatel'nogo-uchrezhdeniya>
3. Галиуллина Н.В., Левшина Н.И. Формирование имиджа современного руководителя образовательного учреждения // Международный журнал экспериментального образования. –2014. – № 7-2. – С. 29-31; URL: <http://www.expeducation.ru/ru/article/view?id=5538>
4. Дурдыева Д.А. Особенности формирования имиджа руководителя как фактор повышения эффективности деятельности предприятия // Символ науки. 2017. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-imidzha-rukovoditelya-kak-faktor-povysheniya-effektivnosti-deyatelnosti-predpriyatij>
5. Фурсик Светлана Николаевна Применение маркетинга образовательных услуг как фактор совершенствования качества образования // Проблемы развития территории.

2013. №2 (64). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-marketinga-obrazovatelnyh-uslug-kak-faktor-sovershenstvovaniya-kachestva-obrazovaniya>
6. Яблонских Ю.П. Имидж как общественный феномен // Проблемы современного педагогического образования. 2018. №58-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-kak-obschestvennyy-fenomen>

***Тема «Профессионально-личностный имидж руководителя. Совершенствование имиджа руководителя»***

***Оценочное средство - реферат.***

Темы рефератов:

1. Персональные характеристики современного руководителя.
2. Физические, психофизиологические особенности, характер, тип личности, индивидуальный стиль принятия решений.
3. Социальные характеристики руководителя.
4. Статус руководителя, модели ролевого поведения, связь с различными социальными группами.
5. Личная миссия, нормы и ценностные ориентации руководителя.

***Тема «Инструментарий формирования имиджа руководителя»***

***Оценочное средство – тест.***

***Вариант 1.***

1. К основным составляющим самоменеджмента в деятельности руководителя относятся...
  - 1) самоограничение
  - 2) самоустранение
  - 3) самоконтроль
  - 4) самоорганизация
2. При организации рабочего места руководителя необходимо соблюдать требования ...
  - 1) отсутствия бумажных носителей информации
  - 2) минимума мебели
  - 3) наличия средств оргтехники
  - 4) удобства мебели
3. Одним из первых принципов делового поведения сформулировал ...
  - 1) А. Файоль
  - 2) Цицерон
  - 3) Ф. Тейлор
  - 4) Конфуций
4. К инструментам самоорганизации относятся...
  - 1) самоанализ
  - 2) самоубеждение
  - 3) декомпозиция
  - 4) интуиция
5. К основным инструментам самоорганизации как составляющей самоменеджмента относятся ...
  - 1) самоанализ
  - 2) самоконтроль
  - 3) самоустранение
  - 4) воображение
6. Фаза усталости в продолжение рабочего дня специалиста или руководителя характеризуется ...
  - 1) рассеиванием внимания

- 2) устойчивой трудоспособностью
  - 3) замедлением движений
  - 4) отказом от целенаправленной деятельности
7. Целостный непротиворечивый образ руководителя в сознании окружающих, соответствующий целям, нормативам и ожиданиям, предъявляемым членами группы к руководителю, в менеджменте называется термином ...
- 1) Стиль менеджмента
  - 2) Самоменеджмент
  - 3) Менеджер
  - 4) Имидж
8. Воспринимаемый имидж – это:
- 1) то, как видят нас другие
  - 2) вытекает из прошлого опыта и отражает нынешнее состояние самоуважения
  - 3) образ, который требует ряд профессий
9. Текущий имидж – это:
- 1) имидж, свойственный нашему представлению о себе
  - 2) тип имиджа, отражающий то, к чему мы стремимся
  - 3) имидж, характерный для взгляда со стороны
10. Зеркальный имидж – это:
- 1) имидж, характерный для взгляда со стороны
  - 2) имидж, свойственный нашему представлению о себе
  - 3) тип имиджа, отражающий то, к чему мы стремимся
11. Деловая репутация – это:
- 1) целенаправленно формируемый в сознании людей образ организации, персоны
  - 2) профессиональная, служебная оценка предприимчивости, конкурентоспособности состоятельности, надежности гражданина или юридического лица
  - 3) уважение статуса, сложившегося в общественном, деловом мнении
12. Уважение статуса, сложившегося в общественном, деловом мнении – это:
- 1) репутация
  - 2) имидж
  - 3) престиж
13. Закон живого притяжения выражает:
- 1) формирование симпатий, утверждение доверия и влияния авторитета
  - 2) заражение общением, воздействие внушением и аргументированность убеждения
  - 3) закон сенсорного поля и закон организации системы внимания.
14. Закон коммуникативного воздействия выражает:
- 1) формирование симпатий, утверждение доверия и влияния авторитета
  - 2) заражение общением, воздействие внушением и аргументированность убеждения
  - 3) закон сенсорного поля и закон организации системы внимания
15. Ранжирование – это:
- 1) определение характеристик идеального объекта этого типа и нашего реального объекта
  - 2) размещение характеристик по приоритетности, по связи друг с другом
  - 3) определение того, как и по каким каналам дойдет до целевой аудитории требуемое сообщение
16. «Фундамент» имиджа - это
- 1) атмосфера внутри компании
  - 2) определение ценностей, целей, принципов и философии компании
  - 3) методы работы с общественностью компании

**Вариант №2.**

1. Особый вид изобразительного искусства, суть которого заключается в презентации лучших характеристик личности или социальной структуры направленной на обеспечение эффекта впечатления – это:
  1. технология имиджирования;
  2. технология создания бренда;
  3. технология создания общественного мнения.
2. Какая из функций не относится к функциям имиджа:
  1. идеализация;
  2. идентификация;
  3. противопоставление;
  4. актуализация.
3. Какой закон не относится к законам формирования имиджа:
  1. закон восприятия;
  2. закон живого притяжения;
  3. закон коммуникативного воздействия;
  4. закон гармонии.
4. Воспринимаемый имидж – это:
  1. то, как видят нас другие;
  2. вытекает из прошлого опыта и отражает нынешнее состояние самоуважения;
  3. образ, который требует ряд профессий.
5. Текущий имидж – это:
  1. имидж, свойственный нашему представлению о себе;
  2. тип имиджа, отражающий то, к чему мы стремимся;
  3. имидж, характерный для взгляда со стороны.
6. Зеркальный имидж – это:
  1. имидж, характерный для взгляда со стороны;
  2. имидж, свойственный нашему представлению о себе;
  3. тип имиджа, отражающий то, к чему мы стремимся.
7. Деловая репутация – это:
  1. целенаправленно формируемый в сознании людей образ организации,
  2. персоны;
  3. профессиональная, служебная оценка предприимчивости, конкурентоспособности, состоятельности, надежности гражданина или юридического лица;
  4. уважение статуса, сложившегося в общественном, деловом мнении.
8. Уважение статуса, сложившегося в общественном, деловом мнении – это:
  1. репутация;
  2. имидж;
  3. престиж.
9. Закон живого притяжения выражает:
  1. формирование симпатий, утверждение доверия и влияния авторитета;
  2. заражение общением, воздействие внушением и аргументированность убеждения;
  3. закон сенсорного поля и закон организации системы внимания.
10. Закон коммуникативного воздействия выражает:
  1. формирование симпатий, утверждение доверия и влияния авторитета;
  2. заражение общением, воздействие внушением и аргументированность убеждения;
  3. закон сенсорного поля и закон организации системы внимания.
11. Ранжирование – это:
  1. определение характеристик идеального объекта этого типа и нашего реального объекта;
  2. размещение характеристик по приоритетности, по связи друг с другом;
  3. определение того, как и по каким каналам дойдет до целевой аудитории требуемое сообщение.

12. «Фундамент» имиджа - это
1. атмосфера внутри компании;
  2. определение ценностей, целей, принципов и философии компании;
  3. методы работы с общественностью компании.
13. Впечатление, производимое человеком, компанией или институтом на одну или несколько групп общественности – это:
1. репутация;
  2. престиж;
  3. имидж.
14. Особый вид изобразительного искусства, суть которого заключается в презентации лучших характеристик личности или социальной структуры направленной на обеспечение эффекта впечатления – это:
1. технология имиджирования;
  2. технология создания бренда;
  3. технология создания общественного мнения.
15. Какой закон не относится к законам формирования имиджа:
1. закон восприятия;
  2. закон живого притяжения;
  3. закон коммуникативного воздействия;
  4. закон гармонии
16. Причинами существования в организациях неформальных коммуникаций могут быть
1. Низкая дисциплина в коллективе.
  2. Демократический стиль руководства.
  3. Перегрузка официальных каналов связи.
  4. Неформальная структура организации.  
Отсутствие авторитета у руководителя

***Тема «Современные технологии формирования имиджа успешного руководителя»***

***Оценочное средство - дайджест.***

***Темы для дайджеста:***

1. Теоретические основы построения имиджа руководителя
2. Понятие и сущность имиджа
3. Формирование имиджа руководителя
4. Психологические условия формирования имиджа руководителя
5. Методы формирования имиджа руководителя

***Тема «Фэйс-контроль как технология и имиджевая практика»***

***Оценочное средство - доклад.***

***Темы докладов:***

1. Понятие фэйс-контроля как технология отбора, контроля и социокультурное явление.
2. Процедура фэйс-контроля.
3. Положительные и отрицательные стороны профессионального фэйс-контроля.
4. Фэйс-контроль при принятии на работу и выдвижении на руководящую должность.

**Перечень вопросов, выносимых зачёт.**

1. Понятие имиджелогии и предмет ее изучения.
2. Имиджелогия как наука, искусство и технология.
3. Основные цели, задачи и функции имиджелогии.
4. Имиджирование как фактор успешного развития организации, руководителя и персонала.
5. Понятие и социокультурная сущность имиджа.

6. История возникновения понятия «имидж».
7. Современные подходы к понятию имиджа.
8. Принципы создания и формула воздействия имиджа.
9. Процесс формирования привлекательного имиджа.
10. Основные элементы построения профессионально-личностного имиджа современного специалиста.
11. Критерии выбора модели поведения руководителя.
12. Проблема контроля и коррекции имиджа руководителя.
13. Функции привлекательного имиджа и их взаимосвязь.
14. Критерии и типологии современного имиджа.
15. Самоимидж, воспринимаемый и требуемый имиджи (Э. Сэмпсон).
16. Зеркальный, текущий, желаемый, корпоративный, множественный имиджи (Ф. Джевкинз).
17. Внешний, внутренний и независимый имиджи.
18. Особенности имиджа руководителя современной организации.
19. Имиджевые требования к руководителю организации.
20. Основные составляющие имиджа руководителя.
21. Персональные характеристики руководителя.
22. Социальные характеристики: статус руководителя, модели ролевого поведения, связь с различными социальными группами.
23. Личная миссия руководителя, нормы и ценностные ориентации руководителя.
24. Совершенствование имиджа руководителя.
25. Способы совершенствования имиджа руководителя.
26. Поэтапное моделирование поведения руководителя.
27. Поведенческий и речевой этикеты руководителя.
28. Приемы самопрезентации руководителя.
29. Совершенствование коммуникативной культуры руководителя.
30. Инструментарий формирования имиджа руководителя.
31. Позиционирование: трансформация, утрировка, перевод.
32. Манипулирование. Мифологизация. Эмоционализация.
33. Формат. Вербализация. Детализация.
34. Архаизация. Дистанцирование. Визуализация.
35. Современные технологии формирования имиджа успешного руководителя.
36. Технология успеха. Средовая технология.
37. Технология убеждения. Технология образов.
38. Технология использования средств массовой информации. Кинетическая технология.
39. Понятие и процедура фэйс-контроля.
40. Положительные и отрицательные стороны профессионального фэйс-контроля.
41. Фэйс-контроль при принятии на работу и выдвижении на руководящую должность.
42. Фэйс-контроль как технология и имиджевая практика

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

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
<b>УК 6</b>				
<i>Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе собственной самооценки</i>				
1.	Задание закрытого типа	Целостный непротиворечивый образ руководителя в сознании окружающих, соответствующий	4	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		целям, нормативам и ожиданиям, предъявляемым членами группы к руководителю, в менеджменте называется термином: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Стиль менеджмента</li> <li>2. Самоменеджмент</li> <li>3. Менеджер</li> <li>4. Имидж</li> </ol>		
2.		Согласно теории менеджмента имидж руководителя является определяющим по отношению к: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Производительности труда работников</li> <li>2. Имиджу организации</li> <li>3. Способам решения конфликтов</li> <li>4. Деловой репутации сотрудника организации</li> </ol>	4	1
3.		К основным составляющим имиджа руководителя ОУ относят: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Манеру говорить, выражать мысли</li> <li>2. Имидж, деловую репутацию организации</li> <li>3. Его национально-этническую, конфессиональную принадлежность</li> <li>4. Внешний вид членов его команды</li> </ol>	1	1
4.		В теории менеджмента к составляющим категории «имидж руководителя» не относится: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Стиль принятия решений</li> <li>2. Внешний вид</li> <li>3. Имидж его окружения</li> <li>4. Манера говорить, выражать мысли</li> </ol>	3	1
5.		Современная наука выделяет несколько возможных вариантов имиджа, которые присущи функциональному подходу (выберите лишний вариант):	4	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зеркальный имидж</li> <li>2. Текущий имидж</li> <li>3. Самоимидж</li> <li>4. Корпоративный имидж</li> </ol>		
6.	Задание открытого типа	Назовите основные составляющие имиджа руководителя	Выделяют следующие составляющие имиджа руководителя организации: персональные характеристики, социальные характеристики, личная миссия и ценностные ориентации.	3
7.		Докажите, почему менеджер должен заботиться о собственном имидже?	В настоящее время менеджеру важно уделять внимание своему имиджу в силу ряда обстоятельств: во-первых, правильно сформированный имидж позволит руководителю быть успешным в делах; во-вторых, правильно построенный имидж помогает менеджеру улучшить отношения с персоналом (если это требуется), общественностью; в-третьих, имидж первого лица организации — один из ключевых факторов формирования корпоративного имиджа.	3
8.		Все управление, в конечном счете, сводится к стимулированию, развитию активности других людей.	В силу своих служебных обязанностей руководитель должен уметь убеждать, увлекать коллектив на решение стоящих перед ним задач, поэтому очень важно научиться находить	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			<p>нужный тон в деловом общении, овладевать умением отдавать распоряжения. Распоряжение руководителя будет эффективно выполнено, если оно не только понято подчиненным, но и принято им.</p>	
9.		<p>Объясните, почему так важно руководителю помнить о взаимосвязи форм распоряжений и ситуации.</p>	<p>Распоряжения даются в двух основных формах – приказа и просьбы. Важно использовать эти формы в соответствии с ситуацией, но следует учитывать, что просьба воспринимается подчиненным с большим желанием и выполняется охотнее, чем приказ</p>	3
10.		<p>В силу своих служебных обязанностей менеджер должен принимать решения. Каким может быть отношение подчиненных к решениям и почему?</p>	<p>Руководитель, пользующийся авторитетом, располагает к себе людей, положительно влияет на них. К решениям авторитетного и неавторитетного менеджера подчиненные относятся различно. В первом случае указание принимается без внутреннего сопротивления, с готовностью и выполняется, как правило, без дополнительного административного нажима.</p>	3-5

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

#### 7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

**Таблица 10 – Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)**

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
<b>Основной блок</b>				
1	Ответы на семинарских занятиях			По расписанию учебных занятий
1.1	Полный ответ по вопросу	2 / 0,5 - 10	20	
1.2	Дополнение по вопросу	2 / 0,5–2	4	
1.3	Устное сообщение с презентацией	2 / 1 - 3	6	
2	Выполнение творческих заданий	1 / 0-15	15	
3	Реферат	1 / 0-15	15	
4	Эссе	1 / 0-15	15	
5	Статья	1 / 0-15	15	
<b>Всего</b>			<b>90</b>	
<b>Блок бонусов</b>				
1	Посещение занятий	11 / 0,5	5,5	
2	Своевременное выполнение всех заданий	6 / 0,5	3	
3	Активная работа на всех занятиях	-	1,5	
<b>Всего</b>			<b>10</b>	-
<b>ИТОГО</b>			<b>100</b>	-

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

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	-0,5
Нарушение учебной дисциплины	-1
Неготовность к занятию	-1
Пропуск занятия без уважительной причины	-1

**Таблица 12 – Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)**

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

Суммарно по дисциплине можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

*Для зачёта:*

60 баллов и более – «зачтено».

59 баллов и менее – «не зачтено».

*Устный опрос* проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, сообщениями, дополнениями, участвуют в дискуссии, отвечают на вопросы преподавателя. Оценивается уровень домашней подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы. Максимальное количество баллов -20.

*Реферат* выявляет способность студентов к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; способность логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь. Максимальное количество баллов – 10.

*Круглый стол.* Критерии присвоения баллов при оценивании участия и работы в Круглых столах: масштабность, глубина и оригинальность суждений, аргументированность, взвешенность и конструктивность предложений, умение вести дискуссию, умение отстаивать своё мнение, активность в обсуждении, общая культура и эрудиция. Для оценивания докладчиков следует учитывать следующее: проблемность темы доклада, выбор и формулировка цели, умение анализировать факты, количество использованных литературных источников (не менее 5) и интернет-сайтов, глубина и качество проработки. При анализе материала приводятся не только научно-популярные рассуждения, но и аналитические исследования с использованием выводов, материал изложен грамотно, точно используется терминология. Учитывается креативность в изложении материала, предлагаются оригинальные методы разрешения проблем, дается свой оригинальный способ решения задачи. Максимальное количество баллов – 20.

*Зачет* нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. зачет проводится в устной или письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы по всем темам курса. Обучающемуся даётся время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий. Максимальное количество баллов – 50.

При реализации дисциплины (модуля) 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:**

1. Беляева М.А. Азы имиджелогии. Имидж личности, организации, территории. Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2017. URL: <http://www.iprbookshop.ru/75000.html> (ЭБС «IPRbooks»)
2. Елкина М.В. Имиджелогия. Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2013. URL: <http://www.iprbookshop.ru/65055.html> (ЭБС «IPRbooks»)
3. Солнцева Н.В., Управление в педагогической деятельности. М. : ФЛИНТА, 2017. URL :<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976508613.html> (ЭБС "Консультант студента")

### **8.2 Дополнительная литература:**

1. Калюжный А.А., Психология формирования имиджа учителя. М. : ВЛАДОС, 2004. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN569101322.html> (ЭБС "Консультант студента")
2. Лыскова О.В., Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере. М. : ФЛИНТА, 2019. URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785893498530.html>(ЭБС "Консультант студента")

### 8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)

Наименование ЭБС
<b>Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента».</b> 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. <a href="http://www.studentlibrary.ru">www.studentlibrary.ru</a> . <i>Регистрация с компьютеров АГУ</i>
<b>Электронная библиотечная система IPRbooks.</b> <a href="http://www.iprbookshop.ru">www.iprbookshop.ru</a>

## 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Реализация данной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской работы магистрантов, предусмотренных программой дисциплины и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам:

- оборудованные кабинеты и аудитории,
- аудитории, оборудованные мультимедийными проекторами, интерактивной доской и интерактивной панелью.

Рабочая программа дисциплины (модуля) 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. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).