

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна  
Должность: проректор по учебной работе  
Дата подписания: 14.03.2023 11:20:01  
Уникальный программный ключ:  
0b817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11eabbf73e943df4a4851fda56d089

1

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Юго-Западный государственный университет»  
(ЮЗГУ)  
Кафедра коммуникологии и психологии

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
Локтионова Оксана Геннадьевна  
« 23 » 2023 г.



## **ОСНОВЫ ИМИДЖЕЛОГИИ**

Методические рекомендации для самостоятельной работы, в том числе для подготовки к практическим занятиям, студентов направления подготовки 37.03.02 Конфликтология для всех форм обучения

Курск 2015

УДК 316.48

Составитель: О.В. Чернышова

Рецензент

кандидат педагогических наук, доц. С.В. Дюмина

Основы имиджелогии: методические рекомендации для самостоятельной подготовки к занятиям, в том числе для подготовки к практическим занятиям, студентов направления подготовки 37.03.02 Конфликтология / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: О.В. Чернышова. - Курск, 2015. - 33 с.

Содержат информацию, необходимую студентам в процессе самостоятельной подготовки к занятиям по дисциплине, в том числе для подготовки к практическим занятиям.

Методические рекомендации соответствуют требованиям программы, утвержденной учебно-методическим объединением по специальности (УМО КФ).

Предназначены для студентов направления подготовки 37.03.02 Конфликтология для всех форм обучения.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать ..28.08..2015 г. Формат 60x84 1/16  
Усл.печ.л.1,7 Уч.-изд.л. 1,5 Заказ 408 Тираж 100 экз. Бесплатно  
Юго-Западный государственный университет  
305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Методические рекомендации разработаны с целью оказания помощи студентам направления подготовки 37.03.02 Конфликтология очной и очно-заочной форм обучения при самостоятельной подготовке к занятиям по дисциплине «Основы имиджологии».

Методические рекомендации разработаны в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования направления подготовки 37.03.02 Конфликтология, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 956 от 7 августа 2014 года.

Предлагаемые методические рекомендации содержат перечень теоретических вопросов, которые необходимо обсудить при самостоятельной подготовке к каждому занятию.

К темам приводится список литературы, в котором можно найти ответы на поставленные вопросы теории дисциплины.

## **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Основными видами аудиторной работы обучающихся являются лекции и практические работы.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на практическое занятие и указания на самостоятельную работу.

Практические работы завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

Практические работы предполагают свободный обмен мнениями по избранной тематике. Занятие начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения студентов. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара, заслушиваются обычно в середине занятия. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернативных мнений. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет баллы выступавшим студентам. В целях контроля подготовленности студентов и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе практических занятий может осуществлять текущий контроль знаний в виде тестовых заданий.

При подготовке к занятию студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем, студенты вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.

Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает в конце занятия.

При освоении данного курса студент может пользоваться библиотекой вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой.

В процессе *подготовки к зачету* студенту следует руководствоваться следующими рекомендациями:

- необходимо стремиться к пониманию всего материала, чтобы еще до экзамена не оставалось непонятных вопросов;
- необходимо строго следить за точностью своих выражений и правильностью употребляемых терминов;
- не следует опасаться дополнительных вопросов – чаще всего преподаватель использует их как один из способов помочь студенту или сэкономить время;
- прежде чем отвечать на вопрос, необходимо сначала правильно его понять.

### Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
1.	Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета.	Введение в имиджелогия. Истоки имиджелогии. Имиджелогия – отрасль современногочеловековедения. Определение понятия имиджелогии, образа, облика. Имидж и маска. Компоненты имиджа личности. Основные условия формирования имиджа Имидж-эффект. Имидж и символ. Разновидности имиджа. Слагаемые привлекательности. Специфика эффекта «личного обаяния».
2	Теоретические основания имиджа.	Принципы имиджелогии. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические). Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. Роль механизмов социально-

		психологического влияния в процессе формирования имиджа.
3	Закономерности формирования и функционирования имиджа.	<p>Потребности как психологические предпосылки возникновения индустрии имиджа.</p> <p>Коммуникационная модель формирования имиджа Каналы передачи информации.</p> <p>Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (аудитория), субъект транслирующий (прообраз) и субъект формирующий (имиджмейкер).</p> <p>Формирование имиджа как субъект – субъективно взаимодействие.</p> <p>Формирование имиджа как создание социальной реальности в создании людей.</p> <p>Когнитивные процессы в основе формирования имиджа. Социальные стереотипы и установки. Семиотические процессы формирования имиджа.</p> <p>Психологический механизм понятия информации (феномен когнитивного равновесия). Эффекты межличностного восприятия. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление.</p>
4.	Структура и типология имиджа.	<p>Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа.</p> <p>Сознательный и бессознательные уровни функционирования имиджа.</p> <p>Функциональные и психологические преимущества объекта. Ключевые имиджевые характеристики объекта.</p> <p>Проблема объекта и субъекта имиджа.</p> <p>Личность как реципиент имиджа. Малая, средняя и большая социальные группы как аудитория имиджа Массовая аудитория имиджа. Виды объектов имиджа: личность, организация, группа, товар (торговая марка).</p>

		<p>Виды имиджа. Профессиональный имидж. Типологии по области применения: бизнес, реклама, шоу-бизнес, политика, управление организацией. Влияния особенностей субъекта на формирование и изменения имиджа. Типология личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности.</p>
5.	<p>Разработка и применение стратегий формирования имиджа.</p>	<p>Направления использования формирования имиджа. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристика объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа. Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа.</p>
6	<p>Индивидуальный имидж.</p>	<p>Понятия индивида и индивидуальности. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный вид имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение и имидж ориентированный на восприятие. Я-концепция и Я-образ. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Закономерности зрительного восприятия лица фигуры человека. Характер стилей одежды. Развитие способностей по диагностике и экспрессии эмоционального состояния. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании. Использование психодиагностики для создания психологического портрета</p>

		личности. Критерии эффективности индивидуального имиджа.
7	Имидж руководителя.	Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный. свойства имиджа руководителя – адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность. Создание установки принятия имиджа руководителя: ситуативной, фиксированной. Социально-психологический тренинг имиджевых качеств личности.
8	Корпоративный имидж.	Понятие корпоративного имиджа. Роль имиджа учреждения (организации, формы) в условиях современного рынка услуг. Характеристика фирмы, организации с учетом ее функциональных связей и решаемых задач. Внешний и внутренний имидж с корпоративной культурой. Оптимальная структура внешнего имиджа учреждения. Изучение имиджа учреждения. Методы оценки. Оптимальная структура имиджа. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз. Организация связей с общественностью.
9	Человековедческие технологии в работе имиджмейкера.	Конструирование имиджа людей публично-коммуникативных профессий. Технологические компоненты имиджа. Методики моделирования имиджа. Необходимые технологии урегулирования конфликтов и поддержания мира в процессе коммуникации как необходимые составляющие имиджа людей публично-



	коммуникативных профессий (в том числе конфликтолога).
--	--

**Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций	Уровни сформированности компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительный»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
ПК- 7 / основной	1. Доля освоенных обучающимися знаний, умений, навыков от общего объема ЗУН, установленных в п.1.3 РПД. 2. Качество освоенных обучающимися знаний, умений, навыков. 3. Умение применять знания, умения, навыки в	<b>Знать:</b> основные технологии урегулирования конфликтов и поддержания мира. <b>Уметь:</b> применять на практике основные технологии урегулирования конфликтов и поддержания мира, <b>Владеть:</b> способност	<b>Знать:</b> научные концепции, технологии урегулирования конфликтов и поддержания мира. <b>Уметь:</b> применять на практике научные концепции, технологии урегулирования конфликтов и поддержания мира,	<b>Знать:</b> все научные концепции, методологии и технологии урегулирования конфликтов и поддержания мира. <b>Уметь:</b> применять на практике все научные концепции, методологии и технологии урегулирования конфликтов и поддержания мира, <b>Владеть:</b> способностью

	типовых и нестандартных ситуациях	ую применять на практике основные технологии урегулирования конфликтов и поддержания мира	<b>Владеть:</b> способность применять на практике научные концепции, технологии урегулирования конфликтов и поддержания мира,	применять на практике все научные концепции, методологии и технологии урегулирования конфликтов и поддержания мира
ПК-9 / основной	1. Доля освоенных обучающимся знаний, умений, навыков от общего объема ЗУН, установленных в п.1.3 РПД. 2. Качество освоенных обучающимся знаний, умений, навыков. 3. Умение применять знания, умения, навыки в типовых и	<b>Знать:</b> основные социальные программы, снижающие уровень конфликтности, основные технологии урегулирования конфликтов и поддержания мира. <b>Уметь:</b> применять на практике основные социальные программы, снижающие	<b>Знать:</b> научные концепции, технологии разработки социальных программ, снижающих уровень конфликтности. <b>Уметь:</b> применять на практике научные концепции, технологии разработки социальных программ, снижающие уровень	<b>Знать:</b> все научные концепции, технологии разработки социальных программ. <b>Уметь:</b> применять на практике все разработки социальных программ, снижающих уровень конфликтности. <b>Владеть:</b> способностью применять на практике все научные концепции,

	нестандартных ситуациях	е уровень конфликтности. <b>Владеть:</b> способность применять на практике основные социальные программы, снижающие уровень конфликтности.	конфликтности. <b>Владеть:</b> способность применять на практике научные концепции, технологии разработки социальных программ, снижающих уровень конфликтности.	технологии разработки социальных программ, снижающих уровень конфликтности .
--	-------------------------	---	--	--

### Задания для самопроверки

#### Тема «Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета»

1. Имиджелогия – это...

- 1) учение о теории и практике, о путях и средствах формирования имиджа человека или организации;
- 2) учение о психике человека;
- 3) учение о физиологических процессах человека.

2. Имидж – это...

- 1) целостное представление об образе, которое остается в сознании людей, их памяти;
- 2) представление о характере человека;
- 3) представление о креативности человека.

3. Имидж в переводе с английского языка означает...

- 1) впечатление;

- 2) оценка;
- 3) образ.

4. Объектом имиджирования являются...

- 1. люди, лидеры общественного мнения;
- 2. фирма, организация;
- 3. все ответы верны.

5. Источником имиджформирующей информации являются...

- 1) реципиенты;
- 2) индукторы;
- 3) общественность.

6. Определите, кто является основным субъектом имиджирования?

- 1) реципиент;
- 2) индукторы;
- 3) имиджмейкер.

7. Установите правильное соответствие:

1. Психоанализ – это...	А. Метод дифференциальной психологии, направленный на выявление психических свойств и черт личности
2. Психологическая профилактика – это...	Б. Деятельность по разработке, апробации и внедрению развивающих программ для детей, молодежи с учетом задач каждого возрастного этапа, обеспечение гармоничного, психического развития и формирования личностей юношей и девушек на каждом этапе их развития
3. Психодиагностика – это ...	С. Психотерапевтическая система, в основе которой лежит выявление особенностей переживаний и действий человека, обусловленных неосознаваемыми мотивами

8. Установите последовательность:

Целеполагание – это \_\_\_\_\_ педагогом своей профессиональной \_\_\_\_\_, которая содержит осознание \_\_\_\_\_ воспитания и обучения.

А. целей и задач.

Б. концепции

В. выстраивание.

9. Развитие – это ...

10. Профессиональные компетенции – это ....

11. Кейс-задача.

Представьте, что Вы работаете конфликтологом. В Вашу организацию на конкурсной основе был принят высококвалифицированный юрист Сергей. При приеме на работу контракт не был подписан. Оклад удовлетворял Сергея, однако нечетко был оговорен принцип дальнейшего повышения оплаты труда. С течением времени нагрузка существенно возросла, а ожидаемого повышения не следовало. У Сергея начали проявляться признаки недовольства, которые сначала вызвали у администрации недоумение, а затем раздражение. Проанализируйте ситуацию, в чем причина конфликта? Определите конфликтную ситуацию, варианты решения проблемы.

### Тема «Теоретические основания имиджа»

1. Термины «имидж», «репутация», «идентичность», «организационная культура» являются...

- 1) четко взаимосвязанными понятиями;
- 2) синонимами;
- 3) не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками.

2. Основной целью имиджирования для организации является...

- 1) желаемое поведение реципиентов;
- 2) создание положительного образа руководителя организации;

3) мотивация персонала.

3. Определите наиболее корректное утверждение...

- 1) имидж – это целенаправленно сформированный образ, содержащий ценностные характеристики и призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на целевую аудиторию;
- 2) имидж – это сложная структурированная сеть представлений о ком-либо и чем-либо;
- 3) имидж – это мнение о характеристиках объекта.

4. Как в имиджелогии называют процесс построения имиджа с помощью одежды?

- 1) имиджмейкинг;
- 2) имиджклоузинг;
- 3) политический консалтинг.

5. Какому автору принадлежит следующее определение имиджелогии: «Имиджелогия - это наука о технологии личного обаяния»?

- 1) Шепель В.М.;
- 2) Панасюк А.Ю.;
- 3) Почепцов Г.Г.;
- 4) Горчакова В.Г.

6. Когда имиджирование стало самостоятельным предметом?

- 1) с конца 1950 – х гг.;
- 2) с конца 1990 – х гг.;
- 3) с начала 1980 – х гг.

7. Установите соответствие между термином и определением:

1. Главным условием жизни и движения коллектива вперед является наличие ...	А. Дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей
2. Конформизм – это ...	Б. Целей

3. Правительство РФ определило меры социальной и материальной поддержки таких категорий обучающихся, как ...	В. Приспособленчество, принятие мнения большинства
--	--

8. Установите последовательность:

Одним из ведущих \_\_\_\_\_ современной зарубежной \_\_\_\_\_, возникшим в 60-е годы XX века и противопоставляющим себя \_\_\_\_\_, является гуманистическая психология.

- А. направлений.
- Б. психоанализу и бихевиоризму.
- В. психологии.

9. Имиджмейкер – это....

10. Индивид –это...

11. Кейс-задача.

Представьте, что Вы работаете преподавателем в вузе. Вам нужно провести исследование конфликтности студентов вуза. Какие ученые занимались изучением этой проблемы? Какие методы и методики Вы будите использовать? Попробуйте разработать программу развития толерантности студентов вуза. Какие направления работы наиболее важны?

### Тема «Закономерности формирования и функционирования имиджа»

1. В России понятие «имидж» впервые появилось в научной работе....

- 1) Феофанова О. в 1974 г.;
- 2) Шепель В.М. в 1962г.;
- 3) Панасюк А.Ю. в 1981 г.

2. Древнеримский врач Гален создал учение....

- 1) под названием «физиогномика»;

- 2) под названием «психология»;
- 3) под названием «физиология».

3. В 1886 году в России вышла книга П. Мантегацци ....

- 1) «Физиономия и выражение чувств»;
- 2) «Психология и характер»;
- 3) «Физиология и характер».

4. К внутренним факторам, зависимым от носителя имиджа относятся...

- 1) коммуникабельность, уровень нравственности;
- 2) общие физические данные, мимика, среда обитания;
- 3) сфера интересов, уровень образования.

5. Имидж, отражающий наше представление о себе, называется ...

- 1) зеркальный имидж;
- 2) текущий имидж;
- 3) желаемый имидж.

6. Образ мыслей, интеллект, интересы, ценности, хобби относятся к составляющей

имиджа...

- 1) внутренней;
- 2) внешней;
- 3) процессуальной;
- 4) множественной.

7. Установите соответствие:

1. Механизм межличностного восприятия, который представляет собой особый вид понимания другого человека, стремление эмоционально откликнуться на его проблемы ...	А. Эффект новизны.
---	--------------------



2. Определите эффект социального восприятия: более новая информация оказывается самой значительной...	Б. Перцептивная.
3. Сторона общения связана с восприятием и пониманием и оценкой людьми социальных объектов, прежде всего самих себя, других людей, социальных групп...	В. Эмпатия.

8. Установите последовательность:

Педагогическая психология – это отрасль \_\_\_\_\_,  
изучающая психологические \_\_\_\_\_ обучения и \_\_\_\_\_.

А.воспитания

В.психологии.

С.проблемы.

9. Конфликтная ситуация –это...

10. Судебное разбирательство –это...

11. Кейс-задача.

Представьте, что Вы работаете конфликтологом. Одна сотрудница высказывает другой претензии по поводу многочисленных и часто повторяющихся ошибок в работе. Вторая сотрудница принимает высказываемые претензии за оскорбление. Между ними возник конфликт. Вопрос: в чем причина конфликта? Определите конфликтную ситуацию, варианты решения проблемы. Напишите текст своего обращения к первой и второй сотруднице.

### Тема «Структура и типология имиджа»

1. Внешние составляющие имиджа – это...

1) прическа;

2) интеллект;

3) хобби;

4) голос.

2. Типизация – это...

1) явление повседневной практики общения, сводящиеся к

упрощенным типам;

- 2) целенаправленно-сформированный образ чего-либо и кого-либо;
- 3) обобщенное представление о чем-либо.

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

- 1) детализация;
- 2) вербализация;
- 3) архаизация.

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

- 1) манипулирования;
- 2) позиционирования;
- 3) вербализации.

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

- 1) бизнес;
- 2) шоу-бизнес;
- 3) политика;
- 4) все ответы верны.

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

- 1) физиогномика;
- 2) кинетика;
- 3) такесика.

7. Кинетический имидж формируется средствами....

- 1) движений;
- 2) речи;
- 3) поведения;
- 4) внешности.

8. Традиционной сферой PR в является...

- 1) создание потребности;
- 2) благотворительность;
- 3) создание мотивации;
- 4) позиционирование.

9. Восприятие собеседника – это...

10. Основное средство формирования имиджа фирмы, или образа фирмы...

- 1) фирменный стиль;
- 2) социальный пакет;
- 3) рекламный листок;
- 4) стереотип

11. Кейс-задача.

Представьте, что Вы работаете конфликтологом в вузе. Вам нужно провести исследование ценностных ориентаций молодежи, в том числе студентов вуза. Подумайте и напишите, какие категории молодежи Вы будете исследовать? Какие ученые занимались изучением этой проблемы? Какие методы и методики Вы будете использовать? Попробуйте разработать программу формирования позитивных ценностных ориентаций молодежи, в том числе студентов вуза. Какие направления работы наиболее важны?

### Тема «Разработка и применение стратегий формирования имиджа»

1. Процесс формирования имиджа складывается из следующих этапов:

- 1) определения стратегии деятельности; выбора необходимых технологий; реализации конкретных психотехник;
- 2) анализ ситуации, составления плана действий;
- 3) изучение объекта имиджологии, проведение мероприятий.

2. Мастер-план имиджа состоит из основных частей:

- 1) создания «фундамента», внешнего имиджа, внутреннего имиджа, неосязаемого имиджа;
- 2) изучение объекта имиджелогии, проведение мероприятий;
- 3) анализ ситуации, составления плана действий.

3. Каждая из частей мастер - плана имиджа направлена на достижение следующих задач:

- 1) достижение высокого уровня компетенции и эффективная работа с покупателем, поддержание имиджа успешной компании, установление эмоциональной связи с покупателем и обществом;
- 2) достижение хороших результатов в бизнесе;
- 3) получение прибыли любой ценой.

4. Вербальный имидж...

- 1) устная речь;
- 2) письменная речь;
- 3) устная и письменная речь;
- 4) поведение.

5. Невербальным имиджем человека является...

- 1) поведение;
- 2) письменная речь;
- 3) устная речь;
- 4) устная и письменная речь.

6. Деловой имидж...

- 1) поведение человека во время работы, умение вести деловую документацию;
- 2) поведение человека во время спортивных занятий;
- 3) поведение человека во время встречи с друзьями.

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

- 1) вербальный;
- 2) корпоративный;

- 3) индивидуальный;
- 4) кинетический.

8. Эффект восприятия, основанный на сопоставлении аудитории миссии, целей и реальной работы субъекта или организации...

- 1) легенда;
- 2) Я – структура;
- 3) стереотип;
- 4) миссия.

9. В основе убеждения лежит...

- 1) понимание;
- 2) стимулирование;
- 3) принуждение.

10. Обаятельный человек – это человек, ...

- 1) которому свойственны неординарность, остроумие, выразительность, внимательность и др.;
- 2) которому свойственны хитрость, коварство, угодничество, уступчивость и др.;
- 3) которому свойственны решительность, простодушие и др.

11. Кейс-задача.

Представьте, что Вы работаете конфликтологом. Вам нужно написать доклад на тему: «Особенности формирования имиджа». Составьте план выступления. Какие основные методы формирования имиджа существуют? Каким образом можно произвести хорошее впечатление на публику? Напишите доклад на несколько страниц.

### Тема «Индивидуальный имидж»

1. Самопрезентация - это ...

1) умение сконцентрировать внимание окружающих на своих несомненных достоинствах и увести внимание партнеров от недостатков;

2) умение сконцентрировать внимание окружающих на демонстрации окружающим своего несомненного превосходства над ними;

3) умение сконцентрировать внимание окружающих на демонстрации своей учености и образованности.

Сущность внушения в его воздействии ....

1) на подсознание человека, т.е. на его эмоции и чувства;

2) на волю человека, на сознательный компонент психики

3) на поведенческую активность человека.

2. Основные стереотипы, влияющие на формирование первого впечатления....

1) антропологические, социальные, эмоционально-эстетические;

2) каузальные, гностические;

3) соматические, зеркальные, висцеральные.

1. Лидер – это ...

1) человек, мнение и точка зрения которого принимаются большинством в группе;

2) человек, который представляет мнение большинства;

3) человек, который представляет оппозицию.

4 . Назовите разновидности корпоративного имиджа...

1) социальный;

2) реальный;

3) зеркальный;

4) индивидуальный.

5. Из каких внешних атрибутов складывается имидж организации?

1) Рекламный образ;

2) Слоган;

3) Логотип;

4) Все ответы верны.

6. Корпоративная миссия это...

- 1) социально значимая роль организации;
- 2) восприятие организации группами общественности;
- 3) ценности организации;
- 4) позиционирование организации.

7. Основой корпоративной философии являются...

- 1) корпоративная миссия;
- 2) корпоративные стандарты;
- 3) позиционирование организации;
- 4) комплекс принципов организации.

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

- 1) отрицательный имидж конкурента;
- 2) имидж товара;
- 3) желаемый имидж;
- 4) любой положительный образ.

9. Сотрудники организации являются объектом корпоративного имиджа:

- 1) внутреннего;
- 2) внешнего;
- 3) включенного.

10. Основой корпоративного имиджа являются...

- 1) корпоративная философия;
- 2) корпоративная общественность;
- 3) руководитель организации;
- 4) позиционирование организации.

11. Кейс-задача.

Представьте, что Вы работаете конфликтологом в вузе. Вам нужно разработать план лекции по теме «Межличностные конфликты». Попробуйте выполнить это задание. Напишите, с какими

понятиями Вы познакомите студентов? Какие вопросы для обсуждения Вы предложите студентам? Какие учебники и учебные пособия, монографии Вы им порекомендуете? Какие вопросы для дискуссии Вы им предложите? Какие темы докладов Вы им рекомендуете?

### Тема «Имидж руководителя»

1. Клиенты являются объектом корпоративного имиджа...
  - 1) внешнего;
  - 2) внутреннего;
  - 3) вербального.
  
2. Предпочтительней, когда в визитной карточке имеется...
  - 1) несколько номеров телефонов;
  - 2) только один контактный телефон;
  - 3) только домашний телефон.
  
3. Обмен визитными карточками ведётся....
  - 1) строго по рангу, начиная с самых высокопоставленных членов делегации; если партнёры находятся на одном должностном уровне, первым вручает визитную карточку младший по возрасту;
  - 2) строго по возрасту, начиная с самых старших;
  - 3) по ситуации на работе.
  
4. Деловая карточка без адреса .....
  - 1) не соответствует нормам этикета, исключение - карточки дипломатов и высших государственных должностных лиц;
  - 2) является нормой;
  - 3) является творческой работой .
  
5. Способ самовыражения и поведения, направленный на то, чтобы создать благоприятное впечатление, соответствующее чьим - либо идеалам...



- 1) самопрезентация;
- 2) стереотип;
- 3) социальный статус;
- 4) функция имиджа.

6. Социальная группа, для которой создается имидж, это...

- 1) реципиент имиджа;
- 2) аудитория имиджа;
- 3) субъект имиджа;
- 4) социум.

7. Сознательное доверие возникает когда...

- 1) о человеке многое известно;
- 2) человек «свой»;
- 3) имидж позитивен.

8. Человек демонстрирует другим членам группы готовность к выполнению определенных социальных ролей, а они опознают в индивиде потенциального партнера или противника с помощью ...

- 1) социально-символического опознавания;
- 2) социального тренинга;
- 3) компенсаторного тренинга.

9. Компонент легенды, который отражает цели, задачи человека, его деятельность...

- 1) миссия;
- 2) мода;
- 3) структура;
- 4) социальный заказ.

10. Психологическая установка – это:

- 1) готовность действовать определенным образом;
- 2) инстинкт самосохранения;
- 3) неосознанное мнение;
- 4) осознанное мнение.

### 11. Кейс-задача.

Представьте, что Вы работаете конфликтологом в вузе. Вам нужно подготовить план семинарского занятия для студентов по теме: «Социальная поддержка студентов». Попробуйте выполнить это задание. Напишите, какие вопросы для обсуждения Вы предложите студентам? Какие учебники и учебные пособия, монографии Вы им рекомендуете? Какие вопросы для дискуссии Вы им предложите? Какие темы докладов и выступлений Вы рекомендуете?

### Тема «Корпоративный имидж»

1. Корпоративный имидж – это...

- 1) образ организации в представлении различных групп общественности;
- 2) образ группы людей на предприятии;
- 3) образ учебного заведения.

2. Переговоры - это ...

- 1) двусторонний (многосторонний) процесс совместного поиска взаимоприемлемого решения социального конфликта;
- 2) процесс эффективного общения людей;
- 3) процесс общения людей в группе.

3. Основные средства общения:....

1. вербальное и невербальное общение.
2. сангвиник, холерик.
3. профессиональная деятельность

4. Социализация - это ....

1. процесс и результат усвоения и активного воспроизводства человеком жизненного опыта, осуществляемый в общении и деятельности.
2. неумение общаться с людьми.
3. особенность памяти.

5. Самосознание – это ...

1. осознание человеком самого себя, своих собственных качеств.
2. понимание других людей.
3. особенность характера.

6. Эмпатия – это ...

1. постижение эмоционального состояния, проникновение в переживания другого человека, сочувствие, сопереживание собеседнику.
2. неумение общаться.
3. особенность профессии.

7. Рефлексия (в социальной психологии)-...

1. осознание субъектом того, как он воспринимается и оценивается другими людьми.
2. особенность внимания.
3. характеристика памяти.

8. Установите последовательность:

Общение – это сложный, \_\_\_\_\_ установления и развития контактов между людьми, порождаемый \_\_\_\_\_ в совместной деятельности и включающий в себя обмен \_\_\_\_\_, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека.

- A. информацией
- B. многоплановый процесс
- C. потребностями.

9. Социальная группа - это...

10. Формальная группа – это...

11. Кейс-задача.

Представьте, что Вы работаете конфликтологом в вузе. Вам нужно подумать и сформулировать темы для курсовых работ студентов по дисциплине «Основы имиджологии». Попробуйте выполнить это задание. Какие учебники и учебные пособия, монографии Вы им порекомендуете? Какие методы и методики Вы

порекомендуете для написания курсовой работы? Какие ученые внесли вклад в изучение проблемы создания успешного имиджа?

Тема «Человековедческие технологии в работе  
имиджмейкера»

1. Механизм межличностного восприятия, который представляет собой особый вид понимания другого человека, стремление эмоционально откликнуться на его проблемы:...

- а) идентификация;
- б) эмпатия;
- в) рефлексия.

2. Определите эффект социального восприятия: более новая информация оказывается самой значительной...

- а) эффект стереотипизации;
- б) эффект ореола;
- в) эффект первичности;
- г) эффект новизны.

3. К коммуникативным барьерам непонимания относятся:...

- а) фонетический;
- б) семантический;
- в) стилистический;
- г) логический.

4. Опосредованное общение:

- а) происходит в ситуациях, когда субъекты отделены друг от друга временем или расстоянием;
- б) обеспечивается при помощи различных средств (телефон, письмо и т.д.);
- в) характеризуется неполным психологическим контактом.

5. К вербальным средствам коммуникации не относится:

- а) письменная речь;

- б) устная речь;
- в) мимика.

6. Претензия – это...

- 1) письменное требование, адресованное должнику, об устранении нарушений исполнения обязательства;
- 2) устная форма обращения к клиенту;
- 3) письменное обращение к клиентам вашей организации.

7. Установите соответствие между термином и определением:

1. Главным условием жизни и движения коллектива вперед является наличие ...	А. Дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей
2. Конформизм – это ...	Б. Целей
3. Правительство РФ определило меры социальной и материальной поддержки таких категорий обучающихся, как ...	В. Приспособленчество, принятие мнения большинства

8. Установите последовательность:

Одним из ведущих \_\_\_\_\_ современной зарубежной \_\_\_\_\_, возникшим в 60-е годы XX века и противопоставляющим себя \_\_\_\_\_, является гуманистическая психология.

- А. направлений.
- Б. психоанализу и бихевиоризму.
- В. психологии.

9. Развитие – это ...

10. Профессиональные компетенции – это ....

11. Кейс-задача.

Город Курск имеет длинную и интересную историю. Подумайте, попробуйте разработать бренд нашего города – не только придумать классную идею, обобщающую ключевые ценности и направления развития города, но и сделать так, чтобы все объединились вокруг одной идеи, которая была бы интересна и внутреннему городскому сообществу и внешнему миру. Каким

образом можно привлечь туристов в наш город? Составьте план мероприятий для формирования привлекательного бренда.

Темы для докладов, рефератов:

1. Актуальное развитие имиджологии.
2. Компоненты имиджа личности.
3. Основные условия формирования имиджа.
4. Теоретические основания имиджа.
5. Принципы имиджологии.
6. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
7. Социально - психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
8. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
9. Закономерности формирования и функционирования имиджа.
10. Коммуникационная модель формирования имиджа.
11. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей.
12. Общественное мнение общественное сознание.
13. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.
14. Социальные стереотипы и установки.
15. Эффекты межличностного восприятия.
16. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление.
17. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа.
18. Понятие социально-психологического влияния.
19. Убеждение. Внушение. Заражение, подражание, манипулирование.
20. Индивидуальный имидж.
21. Я - концепция и Я - образ.
22. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей.
23. Закономерности зрительно восприятия лица и фигуры человека.
24. Характеристика стилей одежды.

25. Критерии эффективности индивидуального имиджа.
26. Имидж руководителя.
27. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный.
28. Свойства имиджа руководителя - адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность.
29. Разработка и применение стратегий формирования имиджа.
30. Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью).
31. Возрастания значимости имиджа организации и его особенности в современных условиях.
32. Степень научной разработанности проблемы корпоративного (организационного имиджа).
33. Социальная природа и функции организационного имиджа:
34. Корпоративная культура - объективная основа единства внутреннего и внешнего имиджа организации.
35. Понятие и структура имиджа организации.
36. Элементы структуры имиджа организации.
37. Достоинства и недостатки данного товаропроизводителя в глазах потребителя его товаров и услуг.
38. Разработка мероприятий по нейтрализации недостатков и усилению достоинств фирмы с целью повышения привлекательности ее имиджа.
39. Роль имиджа организации в условиях современного рынка услуг.
40. Внешний и внутренний имидж.
41. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.
42. Оптимальная структура внешнего имиджа учреждения.
43. Изучение имиджа учреждения, методы оценки.
44. Оптимальная структура имиджа.

**Учебная литература, необходимая для самостоятельной  
подготовки к занятиям**

1. Гуревич П. С. Психология [Электронный ресурс] : учебник / П. С. Гуревич. – Москва: Юнити-Дана, 2015. - 320 с. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/>
2. Кильмашкина Т. Н. Конфликтология: социальные конфликты [Электронный ресурс]: учебник / Т. Н. Кильмашкина. – Москва: Юнити-Дана, 2015. - 287 с. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru>.
4. Шарков, Ф. И. Общая конфликтология [Электронный ресурс]: учебник / Ф.И. Шарков. – Москва: Дашков и К, 2015. - 240 с. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru>.
5. Алдошина, М. И. Основы поликультурного образования [Электронный ресурс]: учебное пособие / М. И. Алдошина. - 3-е изд. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 260 с. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru>.
6. Анцупов, А. Я. Конфликтология в схемах и комментариях [Текст]: [учебное пособие] / А. Я. Анцупов, С. В. Баклановский. - 2-е изд., перераб. - СПб : Питер, 2009. - 304 с.
7. Беленцов, С. И. Конфликтология [Текст]: учебное пособие: [для студентов направления подготовки бакалавров «Управление персоналом», «Антикризисное управление»] / С. И. Беленцов, Т. Ю. Копылова. - Курск: ЮЗГУ, 2014. - 187 с.
8. Беленцов, С. И. Конфликтология [Электронный ресурс]: учебное пособие : [для студентов направления подготовки бакалавров «Управление персоналом», «Антикризисное управление»] / С. И. Беленцов, Т. Ю. Копылова. - Курск: ЮЗГУ, 2014. – 187 с.
9. Конфликтология [Текст]: учебное пособие для бакалавров / Министерство образования и науки Российской Федерации, Московский государственный юридический университет им. О. Е. Кутафина ; отв. ред. канд. юрид. наук, доц. А. Я. Гуськов. - М. : Проспект, 2013. - 176 с.



**Перечень ресурсов информационно-  
телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для  
самостоятельной  
подготовки к занятиям по дисциплине**

1. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн: <http://www.biblioclub.ru/>