

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и продвижение СМИ

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Имиджмейкинг**

**Москва
2023**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Веселов А.А.
	Идентификатор	R29a5051c-VeselovAIA-96f1d661

А.А. Веселов

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Веселов А.А.
	Идентификатор	R29a5051c-VeselovAIA-96f1d661

А.А. Веселов

Заведующий
выпускающей кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

Ю.В.
Гаврилова

ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки: достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ПК-1 Способен продвигать и распространять продукцию средств массовой информации
- ИД-2 Способен организовывать мероприятия увеличивающие продажи, разрабатывать рекламные компании и рекламную продукцию

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Самопрезентация и публичные выступления (Тестирование)

Форма реализации: Письменная работа

1. Виды имиджа (Контрольная работа)
2. Методы внешнего и внутреннего имиджа (Контрольная работа)
3. Модели персонального имиджа (Контрольная работа)
4. Публичные выступления и медийные личности (Эссе)

БРС дисциплины

5 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5
	Срок КМ:	3	6	9	12	15
Имидж						
История, понятия и виды имиджа		+				
Модели корпоративного имиджа организации		+				
Анализ имиджа организации						
Методы анализа внешнего имиджа			+			
Методы анализа внутреннего имиджа			+			
Модели персонального имиджа						
Характеристики имиджа				+		
Модель многосложного имиджа				+		

Политический имидж и имидж органов государственной власти					
Политический имидж				+	
Имидж органов государственной власти				+	
Публичные выступления и технология самопрезентации					
Публичные выступления					+
Технология самопрезентации					+
Вес КМ:	20	20	20	20	20

\$Общая часть/Для промежуточной аттестации\$

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
ПК-1	ИД-2ПК-1 Способен организовывать мероприятия увеличивающие продажи, разрабатывать рекламные компании и рекламную продукцию	Знать: современные теории и инструменты имиджмейкинга Уметь: анализировать и интерпретировать информацию о базисном субъекте разрабатывать и осуществлять имиджевые кампании выявлять технологии решения имиджевых проблем как на корпоративном, так и на персональном уровне использовать полученные знания в профессиональных ситуациях	Виды имиджа (Контрольная работа) Методы внешнего и внутреннего имиджа (Контрольная работа) Модели персонального имиджа (Контрольная работа) Публичные выступления и медийные личности (Эссе) Самопрезентация и публичные выступления (Тестирование)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Виды имиджа

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания по вариантам отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа"

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение особенностей видов имиджа

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: разрабатывать и осуществлять имиджевые кампании	1. Дайте определение Имиджа 2. Укажите какие существуют основные типы имиджа 3. Определите в чем заключаются две основные модели корпоративного имиджа организации (этапы формирования) 4. Укажите в чем отличие профессионального имиджа от персонального
--	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка зачтено выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или не соответствует заданию

КМ-2. Методы внешнего и внутреннего имиджа

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания по вариантам отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа"

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на методы анализа внешнего и внутреннего имиджа

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: выявлять технологии решения имиджевых проблем как на корпоративном, так и на персональном уровне	1. Выбрать на свое усмотрение любую отечественную организацию. Проанализировать и определить 5-6 внешних имиджевых факторов выбранной организации или бренда (в материалах по теме 3 указано, какие это могут быть факторы и что такое факторная операционализация) 2. Выбрать на свое усмотрение любой отечественный
---	--

	бренд. Проанализировать и определить 5-6 внешних имиджевых факторов выбранной организации или бренда (в материалах по теме 3 указано, какие это могут быть факторы и что такое факторная операционализация) 3.Выбрать на свое усмотрение любой зарубежный бренд. Проанализировать и определить 5-6 внешних имиджевых факторов выбранной организации или бренда (в материалах по теме 3 указано, какие это могут быть факторы и что такое факторная операционализация)
--	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка зачтено выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или не соответствует заданию

КМ-3. Модели персонального имиджа

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Решенные задания отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа"

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на характеристики имиджа

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: анализировать и интерпретировать информацию о базисном субъекте	1.Проанализируйте внешний имидж персоны на основе рассмотренных моделей по выбору. Стоит анализировать деятельность (основную и медийную), внешние факторы, публичное поведение 2.Приведите примеры невербального, поведенческого имиджа. Не менее 5 примеров 3.Приведите примеры габитарного имиджа. Не менее 5 примеров
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка зачтено выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Решенные задания отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа"

КМ-4. Публичные выступления и медийные личности

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Эссе

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Готовая работа отправляется в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа"

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение особенностей политического имиджа

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: использовать полученные знания в профессиональных ситуациях	1.Порассуждайте на тему: Влияние публичных выступлений на имидж персоны 2.Порассуждайте на тему: Медийные персоны и их отрицательный опыт выступлений 3.Порассуждайте на тему: Медийные персоны с успешным опытом выступлений на публике
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка зачтено выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или не соответствует заданию

КМ-5. Самопрезентация и публичные выступления

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 30 минут. Количество попыток не более 3-х. Тестирование проводится с использованием СДО "Прометей". К тестированию допускается пользователь, изучивший материалы, авторизованный уникальным логином и паролем

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку знаний по публичным выступлениям и технологии самопрезентации

Контрольные вопросы/задания:

Знать: современные теории и инструменты имиджмейкинга	1.Выберите верное утверждение: 1.Речь – это не только средство передачи информации и основа коммуникативного контакта. 2.Речь – это всегда оценка человека, его основная и наиболее объективная характеристика. 3.оба ответа верны. Ответ:3 2.Современные исследования показывают, что около информации слушатель или слушатели
---	--

	усваивают подсознательно 1.80 % 2.50 % 3.40 % 4.30 % Ответ: 1 3.Как правило, самые сильные аргументы приводятся .. 1.в начале вербального общения, когда аудитория еще ловит каждое слово выступающего 2.в конце вербального общения, когда аудитория уже готова согласиться с выводами выступающего 3.оба высказывания верны Ответ: 2
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено верно на 80 %

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 55

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено не верно или преимущественно не выполнено

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5 семестр

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

Пример билета

Вид билета связан с интерфейсом сервиса "Прометей"



Процедура проведения

В тесте 20 вопросов встречаются вопросы следующих типов: 1. с одним вариантом ответа (в вопросах «один из многих», система сравнивает ответ слушателя с правильным ответом и автоматически выставляет за него назначенный балл) 2. с выбором нескольких вариантов ответов (в вопросах «многие из многих» система оценивает каждый ответ отдельно; есть возможность разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4) 3. на соответствие слушатель должен привести в соответствие левую и правую часть ответа (в вопросах «соответствие» система оценивает каждый ответ отдельно; можно разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4) 4. развернутый ответ, вводится вручную в специально отведенное поле (ручная оценка преподавателем)

1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины

1. Компетенция/Индикатор: ИД-2ПК-1 Способен организовывать мероприятия увеличивающие продажи, разрабатывать рекламные компании и рекламную продукцию

Вопросы, задания

1. Укажите какие существуют основные типы имиджа
2. Определите в чем заключаются две основные модели корпоративного имиджа организации (этапы формирования)
3. Укажите в чем отличие профессионального имиджа от персонального
4. Выбрать на свое усмотрение любой зарубежный бренд. Проанализировать и определить 5-6 внешних имиджевых факторов выбранной организации или бренда (в материалах по теме 3 указано, какие это могут быть факторы и что такое факторная операционализация)
5. На основе рассмотренных моделей внешнего имиджа персоны проанализировать внешний имидж любой медийной персоны по выбору. Стоит анализировать деятельность (основную и медийную), внешние факторы, публичное поведение
6. Влияние публичных выступлений на имидж персоны
7. Имиджформирующая информация индивидуального имиджа
8. Исследования имиджа
9. Стратегия построения имиджа. Тактики работы с имиджем

10.Имидж как миф

Материалы для проверки остаточных знаний

1.Как правило, самые сильные аргументы приводятся

Ответы:

1.в начале вербального общения, когда аудитория еще ловит каждое слово выступающего 2.в конце вербального общения, когда аудитория уже готова согласиться с выводами выступающего 3.оба высказывания верны

Верный ответ: 2

2.Современные исследования показывают, что около информации слушатель или слушатели усваивают подсознательно

Ответы:

1.80 % 2.50 % 3.40 % 4.30 %

Верный ответ: 1

3.Выберите верное утверждение

Ответы:

1.Речь – это не только средство передачи информации и основа коммуникативного контакта. 2.Речь – это всегда оценка человека, его основная и наиболее объективная характеристика. 3.оба ответа верны.

Верный ответ: 3

4.В России понятие имидж стало предметом общественного внимания и научного анализа

Ответы:

1. в последней трети XX столетия 2.в начале XVIII века 3. в конце XVIII века

Верный ответ: 1

5.Что не относится к классической классификации имиджей

Ответы:

1. Корпоративный имидж 2. Персональный имидж 3. Профессиональный имидж 4. Политический имидж 5. Уникальный имидж

Верный ответ: 5

6.Из каких внешних атрибутов складывается имидж организации

Ответы:

1. Логотип 2. Слоган 3.Рекламный образ 4. Все ответы верны

Верный ответ: 4

7.Что в имиджологии называют понятием «инвертированный имидж»

Ответы:

1. Любой положительный образ. 2. Отрицательный имидж конкурента. 3. Имидж товара. 4. Желаемый имидж

Верный ответ: 2

8.Как в имиджологии называют процесс построения имиджа посредством одежды

Ответы:

1. имиджклоузинг 2. имиджмейкинг 3. политический консалтинг 4. верный ответ отсутствует

Верный ответ: 1

9.Какому автору принадлежит следующее определение имиджологии: «Имиджология - это наука о технологии личного обаяния»

Ответы:

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

Верный ответ: 2

10.В соответствии с функциональным подходом к типологии имиджей, имидж, свойственный нашему представлению о себе называется

Ответы:

1. Текущий имидж 2. Зеркальный имидж 3. Желаемый имидж 4. Множественный имидж
Верный ответ: 2

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы на все вопросы даны верно. Четко сформулированы особенности практических решений. Студент показал при ответе на вопросы экзаменационного билета и на дополнительные вопросы, что владеет материалом изученной дисциплины, свободно применяет свои знания для объяснения различных явлений

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки. Студент правильно выполнил задание и в основном правильно ответил на вопросы экзаменационного билета и на дополнительные вопросы, но допустил при этом незначительные ошибки

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно. Студент в ответах на вопросы экзаменационного билета допустил существенные и даже грубые ошибки, но затем исправил их сам, либо наметил правильный путь его выполнения

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Работа не выполнена или выполнена преимущественно неправильно. Студент не ответил на вопросы экзаменационного билета и не смог решить задачу, либо наметить правильный путь решения вопросов из билета. Из другого экзаменационного билета на тот же раздел дисциплины, выданного взамен первого билета, правильного ответа тоже не было получено, либо при ответе на дополнительные вопросы обнаружилось незнание большого раздела программы

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Оценка определяется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ»