

**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
2021**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель

(должность)

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

(подпись)

А.А. Веселов

(расшифровка
подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

(должность, ученая степень, ученое
звание)

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

(подпись)

А.А. Веселов

(расшифровка
подписи)

Заведующий
выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое
звание)

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

(подпись)

Ю.В.

Гаврилова

(расшифровка
подписи)

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-3 способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ

ИД-1 Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ

ИД-3 Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах

ИД-5 Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях

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-3	ИД-1ПК-3 Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	Знать: современные теории и инструменты имиджмейкинга	Публичные выступления и медийные личности (Эссе) Самопрезентация и публичные выступления (Тестирование)
		Уметь: Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	
ПК-3	ИД-3ПК-3 Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	Уметь: анализировать и интерпретировать информацию о базисном субъекте выявлять технологии решения имиджевых проблем как на корпоративном, так и на персональном уровне	Методы внешнего и внутреннего имиджа (Контрольная работа) Модели персонального имиджа (Контрольная работа)
ПК-3	ИД-5ПК-3 Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях	Уметь: разрабатывать и осуществлять имиджевые кампании	Виды имиджа (Контрольная работа)

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	<ol style="list-style-type: none">1. Дайте определение Имиджа2. Укажите какие существуют основные типы имиджа3. 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	<ol style="list-style-type: none">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
---	---

	<p>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)</p> <p>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)</p>
--	--

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:

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

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 особенностей политического имиджа

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	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
---	--

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

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

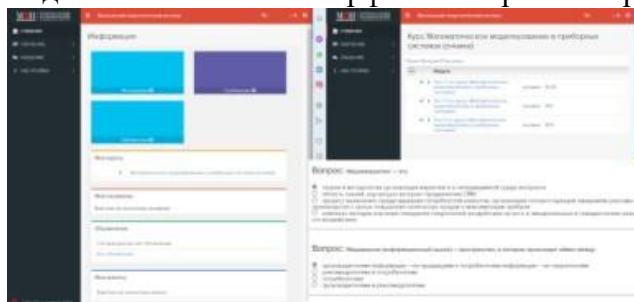
СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

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 в ручную в специально отведенное поле (ручная оценка преподавателем)

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

1. Компетенция/Индикатор: ИД-1пк-3 Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ

Вопросы, задания

1. 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)
2. Влияние публичных выступлений на имидж персоны
3. Стратегия построения имиджа. Тактики работы с имиджем

Материалы для проверки остаточных знаний

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

Ответы:

1.80 % 2.50 % 3.40 % 4.30 %

Верный ответ: 1

2.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

3.Какому автору принадлежит следующее определение имиджелогии: «Имиджелогия - 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

2. Компетенция/Индикатор: ИД-3_{ПК-3} Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах

Вопросы, задания

1.Определите в чем заключаются две основные модели корпоративного имиджа организации (этапы формирования)

2.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

3.Исследования имиджа

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.Что в имиджелогии называют понятием «инвертированный имидж»

Ответы:

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

Верный ответ: 2

3.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

3. Компетенция/Индикатор: ИД-5_{ПК-3} Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях

Вопросы, задания

1.Укажите какие существуют основные типы имиджа

2.Укажите в чем отличие профессионального имиджа от персонального

3.Имиджформирующая информация индивидуального имиджа

4.Имидж как миф

Материалы для проверки остаточных знаний

1.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

2. 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

3. Из каких внешних атрибутов складывается имидж организации

Ответы:

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

Верный ответ: 4

4. Как в имиджологии называют процесс построения имиджа посредством одежды

Ответы:

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

Верный ответ: 1

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

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»