Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.09.2026 12:34:45
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f43985447

Образовательное частное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ И, ТЕЛЕВИДЕНИЯ И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

УТВЕРЖДАЮ
Директор Международного
института журналистики и,
телевидения и медиакоммуникаций
_____ Ю.В. Шуйская
«17» декабря 2025г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По факультативной дисциплине:

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА

Направление подготовки
42.03.02 Журналистика
(уровень магистратуры)

Направленность/профиль:

«Медиаменеджмент»

Формы обучения: очная, заочная

Москва

Фонд оценочных средств для дисциплины «Теоретические основы формирования имиджа». Направление подготовки/специальность 42.04.02 Журналистика (уровень магистратуры), направленность (профиль/специализация): «Медиаменеджмент» / Е.Б. Павлюк – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова

Фонд оценочных средств является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины.

Разработчик: Е.Б. Павлюк

Заведующий кафедрой: _____/ Ю.В. Шуйская

1. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Настоящий Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Теоретические основы формирования имиджа» является неотъемлемым приложением к рабочей программе дисциплины (РПД) «Теоретические основы формирования имиджа»». На данный ФОС распространяются все реквизиты утверждения, представленные в РПД по данной дисциплине.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Для определения качества освоения обучающимися учебного материала по дисциплине используются следующие оценочные средства:

№ п/п	Оценочное средство	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Тестирование	Вид контроля, позволяющий оценить изученный теоретический материал.	Вопросы для проведения тестирования
2	Практические задания	Вид контроля, позволяющий оценить умение обучающегося применять осваиваемую компетенцию в практических ситуациях и при решении производственных задач	Задания к практическому занятию
3	Контрольная работа	Вид контроля, позволяющий определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций	Задания контрольной работы
4	Самостоятельная работа	Вид контроля, позволяющий оценить проработку теоретического материала, изучение рекомендуемой литературы, выполнение практико-ориентированных заданий (заполнение таблиц, проведение сравнительного анализа, составление схем и др.), решение практических задач, создание презентаций, написание рефератов, подборку нормативного и иного материала и выполнение других заданий	Задания самостоятельной работы
5	Курсовая работа	Вид контроля, позволяющий выявить степень владения базовыми знаниями, умениями и навыками, необходимыми для обучения, и определить уровень владения новым материалом	Индивидуальные задания (темы) для курсовой работы
6	Зачет/Зачет с оценкой/Экзамен	Вид контроля, позволяющий выявить степень овладения знаниями, умениями и навыками, необходимыми для дальнейшего освоения образовательной программы подготовки	Вопросы для подготовки к зачету/зачету с оценкой/экзамену

3. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Сопроводительная информация.

Разработчик	Павлюк Е.Б.
Кафедра	Кафедра журналистики, медиакоммуникаций и рекламы
Наименование дисциплины	Теоретические основы формирования имиджа
Факультет / институт	Международный институт журналистики и, телевидения и медиакоммуникаций
Направление подготовки / специальность	42.04.02 Журналистика
Количество вопросов в оценочных заданиях (диапазон)	
Общее время тестирования (мин)	90
Общее количество вопросов/заданий в ФОС	
Размещенность на веб-сайте Университета примерного перечня вопросов, заданий ФОС – для подготовки обучающихся к прохождению оценки (да / нет)	*Да*

3.2. Характеристика оцениваемых компетенций.

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	**ИУК-5.1.** Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношению к историческому наследию и культурным традициям **ИУК-5.2.** Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп **ИУК-5.3.** Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира **ИУК-5.4.** Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного

4. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

4.1. ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ.

Тесты содержат набор вопросов, в полном объеме охватывающие изученный теоретический материал по указанной теме (индикаторы ЗНАТЬ). Выполнение тестов позволяет определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций. Индивидуальный тестовый сеанс для каждого обучающегося формируется по специальному алгоритму, обеспечивающему заданную тематическую структуру и пропорциональное наличие вопросов разного типа и сложности.

При формировании тестов необходимо использовать задания следующих типов:

Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия.

Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.

Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.

<table>
<tr><th>Тема</th><th>Код и формулировка компетенции</th><th>Индикаторы достижения компетенции</th><th>Тест по теме</th></tr>
<tr><td>Тема 1. Предмет имиджелогии как науки</td><td>УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</td><td>ИУК-5.1. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношению к историческому наследию и культурным традициям</td><td>1. Соотнесите понятие и его характеристику. Каждый элемент используется один раз.
<table>
<tr><th colspan="2">Понятие</th><th colspan="2">Характеристика</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Имидж</td><td>1</td><td>Долговременная общественная оценка субъекта, основанная на его реальных действиях и опыте взаимодействия</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Репутация</td><td>2</td><td>Совокупность внешних визуальных характеристик субъекта, формирующих первое впечатление</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Имиджелогия</td><td>3</td><td>Научная дисциплина, изучающая закономерности формирования и функционирования образа</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Бренд личности</td><td>4</td><td>Целенаправленно сконструированный и транслируемый образ, обладающий ценностной и символической уникальностью</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>5</td><td>Система представлений об объекте, складывающаяся в общественном сознании под влиянием коммуникации</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><th>А</th><th>Б</th><th>В</th><th>Г</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
Ключ: А — 5, Б — 1, В — 3, Г — 4

2. Что составляет предмет имиджелогии как научной дисциплины?
а) Технологии продвижения личности или организации в средствах массовой информации
б) Закономерности формирования, функционирования и восприятия</td></tr>
</table>

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
			имиджа в общественном сознании в) Психологические особенности межличностной коммуникации в профессиональной среде г) Разработка рекламных стратегий и инструментов визуального брендинга **Правильный ответ:** Б **Обоснование (образец):** Предметом имиджелогии является изучение закономерностей формирования, развития и восприятия имиджа в общественном сознании, а также механизмов его функционирования в социальном пространстве. Остальные варианты отражают прикладные направления (PR, реклама, коммуникация), но не раскрывают научную сущность имиджелогии как самостоятельной дисциплины. **3. Задание:** Расположите элементы теоретического понимания имиджелогии в логической последовательности — от общего к частному. Элементы: 1. Анализ современных тенденций и практик формирования имиджа в медиасреде 2. Усвоение базовых понятий имиджа, образа и репутации 3. Понимание роли имиджа в системе общественных коммуникаций 4. Выделение основных теоретических подходов к изучению имиджа 5. Осмысление специфики формирования имиджа в различных сферах (политика, бизнес, культура) **Правильная последовательность:** 2 → 3 → 4 → 5 → 1 **Краткое обоснование (студенческий вариант):** Сначала необходимо освоить базовые понятия, затем понять роль имиджа в системе коммуникаций. После этого логично перейти к теоретическим подходам, далее — к особенностям формирования имиджа в разных сферах. Завершающим этапом становится анализ современных тенденций и практик.
Тема 2. Имидж в системе коммуникации	**УК-5** Способен анализировать и учитывать	**ИУК-5.1.** Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий,	**1. Ситуация:** Специалисту по коммуникациям поручено подготовить материал о публичном выступлении государственного деятеля в международной

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
	разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	уважительное и бережное отношению к историческому наследию и культурным традициям	аудитории. В тексте необходимо отразить формируемый имидж и учесть культурные особенности разных групп получателей информации. Вопрос: С чего целесообразно начать работу над материалом, чтобы корректно представить имидж субъекта коммуникации в межкультурном контексте? а) С усиления ярких личностных характеристик политика для повышения эмоционального эффекта б) С подбора эффектных визуальных элементов для сопровождения публикации в) С анализа культурного контекста аудитории и ценностных ориентиров, на которые опирается выступление г) С краткого пересказа содержания выступления без дополнительного анализа **Ключ: В** **Обоснование (студенческий вариант):** При формировании и анализе имиджа в системе коммуникации важно учитывать культурный контекст аудитории, её ценности и традиции. Это позволяет корректно интерпретировать смысл высказываний и избежать искажений или непреднамеренного нарушения межкультурных норм. Остальные элементы важны, но они не заменяют предварительного анализа социокультурной среды коммуникации. **2. Какие элементы можно отнести к проявлениям имиджа субъекта в системе межкультурной коммуникации?** а) Учет культурных традиций, символов и исторического контекста аудитории при формировании публичного образа б) Адаптация вербальных и невербальных средств общения к особенностям разных социокультурных групп в) Использование универсального коммуникационного стиля без учета культурных различий г) Формирование репутации через демонстрацию ценностей, значимых для конкретного культурного сообщества

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
			д) Игнорирование возможных культурных различий ради сохранения единой корпоративной идентичности **Правильные ответы:** А, Б, Г **Обоснование (студенческий вариант):** Имидж в системе межкультурной коммуникации формируется с учетом культурных традиций, ценностей и символов аудитории, а также через адаптацию способов подачи информации. Варианты А, Б и Г отражают осознанную работу с культурным контекстом и демонстрацию уважения к различиям. Варианты В и Д противоречат принципам межкультурной коммуникации, поскольку игнорирование культурных особенностей может привести к искажению имиджа и снижению доверия аудитории. **3. Задание:** **Расположите этапы формирования имиджа в системе коммуникации в логической последовательности.** **Этапы:** 1. Выбор каналов и форм коммуникации с учетом культурных особенностей аудитории 2. Анализ социокультурного контекста и характеристик целевой аудитории 3. Определение ключевых ценностей и смыслов, которые должны быть отражены в имидже 4. Реализация коммуникационной стратегии (публичные выступления, медиаматериалы, визуальные элементы) 5. Оценка восприятия имиджа различными культурными группами и корректировка стратегии **Правильная последовательность:** **2 → 3 → 1 → 4 → 5** **Краткое обоснование (студенческий вариант):** Сначала необходимо изучить социокультурный контекст и особенности аудитории. Затем определяются ключевые ценности и смыслы, которые

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
			должны быть заложены в имидж. После этого выбираются соответствующие каналы и формы коммуникации. Далее стратегия реализуется на практике. Завершающим этапом становится анализ восприятия имиджа и его возможная корректировка с учетом культурных различий.
Тема 3. Имиджмейкинг в системе PR-деятельности	**УК-5** Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	**ИУК-5.1.** Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношению к историческому наследию и культурным традициям	**Задание** Опишите, какие показатели самоконтроля и оценки качества работы вы будете использовать при разработке и реализации имиджевой PR-стратегии в межкультурной среде, и как по ним можно определить необходимость корректировки коммуникации. Укажите: • не менее 4 показателей; • кратко объясните значение каждого. **Образец ответа (студенческий вариант)** При разработке имиджевой стратегии в межкультурной среде можно использовать несколько показателей самоконтроля. Во-первых, культурная корректность используемых образов и символов — необходимо проверить, не содержат ли они элементов, способных вызвать негативную реакцию у отдельных культурных или социальных групп. Если возникают спорные интерпретации, требуется корректировка визуальных и смысловых компонентов. Во-вторых, соответствие имиджевого послания ценностям целевой аудитории — коммуникация должна учитывать исторические и культурные особенности аудитории. Несоответствие ценностным ожиданиям сигнализирует о необходимости пересмотра формулировок и акцентов. В-третьих, баланс универсальных и локальных элементов имиджа — важно сочетать общие ценности с региональной спецификой. Если имидж воспринимается как «чуждый» или искусственный, требуется адаптация стратегии. В-четвёртых, уровень обратной связи и реакции аудитории — анализ комментариев, вовлечённости и общественных откликов помогает выявить возможные коммуникативные риски. Негативная динамика восприятия указывает на необходимость оперативной корректировки имиджевых решений.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
			Таким образом, системный самоконтроль позволяет обеспечить уважительное и профессионально выстроенное межкультурное взаимодействие и своевременно корректировать стратегию при выявлении рисков. **3. Задание** Опишите 2–3 приёма организации работы специалиста по PR при разработке и продвижении имиджа в условиях межкультурной коммуникации. В ответе необходимо указать: • в каких рабочих ситуациях применяется каждый приём; • какую проблему репутационных рисков, некорректной интерпретации или межкультурных конфликтов он позволяет предотвратить. **Образец ответа (студенческий вариант)** Один из приёмов — культурная адаптация коммуникационного сообщения. Он применяется при выходе на новую аудиторию или при работе с многонациональной средой. Специалист анализирует культурные коды, ценности и чувствительные темы, чтобы избежать некорректных формулировок или символов. Этот приём помогает предотвратить репутационные риски и обвинения в неуважении к культурным традициям. Второй приём — тестирование имиджевых материалов на фокус-группах или через пилотные публикации. Он используется перед запуском масштабной кампании. Такой подход позволяет выявить возможные неоднозначные трактовки образа и скорректировать стратегию до появления негативной реакции в публичном пространстве. Третий приём — балансирование официальной позиции и общественного восприятия. Он применяется в ситуациях, когда имидж формируется вокруг чувствительных социальных или исторических тем. Специалист учитывает разнообразие точек зрения и избегает категоричных формулировок, что снижает риск межкультурного напряжения и повышает доверие аудитории. Таким образом, организация работы с учётом культурных различий позволяет формировать устойчивый и этически корректный имидж в системе PR-деятельности.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
			3. Задание Опишите 2–3 организационные или коммуникативные практики, которые используются в PR-деятельности при формировании и продвижении имиджа для снижения репутационных рисков и повышения эффективности коммуникации. Поясните: • в каких рабочих ситуациях они применяются; • какую проблему они помогают решить. **Образец ответа (студенческий вариант)** К таким практикам можно отнести многоуровневое согласование имиджевых материалов внутри команды (PR-специалист, юрист, специалист по межкультурной коммуникации). Эта практика применяется перед запуском публичной кампании и помогает выявить формулировки или визуальные элементы, которые могут вызвать негативную реакцию или противоречить культурным нормам целевой аудитории. Ещё одной практикой является тестирование сообщений на фокус-группах или в ограниченных целевых сегментах аудитории. Она используется при выводе нового имиджевого проекта или ребрендинге. Это позволяет заранее увидеть возможные риски неправильного восприятия и скорректировать коммуникацию до её массового распространения. Также важной является системный мониторинг информационного поля и обратной связи после публикации материалов. Эта практика применяется на этапе сопровождения имиджа и позволяет оперативно реагировать на критику, дезинформацию или межкультурные недопонимания, снижая вероятность репутационного кризиса. Таким образом, организационные и коммуникативные практики в имиджмейкинге направлены на предупреждение конфликтных ситуаций, сохранение доверия аудитории и устойчивость формируемого публичного образа.
Тема 4. Этапы формирования имиджа	**УК-5** Способен анализировать и учитывать разнообразие культур	**ИУК-5.1.** Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношению к историческому	**Тема 4. Этапы формирования имиджа** **Задание:** Проанализируйте этапы формирования публичного имиджа политического деятеля в условиях межкультурного взаимодействия. Раскройте:

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
	в процессе межкультурного взаимодействия	наследию и культурным традициям	• какие этапы можно выделить в процессе формирования имиджа (диагностический, стратегический, содержательный, коммуникационный, корректирующий); • как на каждом этапе учитываются культурные различия, исторический контекст и социальные особенности аудитории; • какие ошибки на этапах формирования имиджа могут привести к межкультурным конфликтам или репутационным рискам. **Образец ответа (студенческий вариант):** Формирование имиджа начинается с диагностического этапа — анализа аудитории, её ценностей, культурных норм и исторического опыта. Без понимания социокультурного контекста невозможно выстроить устойчивый образ политика. Следующий этап — стратегический. На нём определяется ключевая модель имиджа: лидер-реформатор, защитник традиций, технократ и т.д. Важно, чтобы выбранная модель не противоречила культурным ожиданиям аудитории и учитывала её идентичность. Содержательный этап связан с разработкой ключевых сообщений, символов, визуальных образов и риторики. Здесь необходимо избегать культурных стереотипов и учитывать чувствительные темы, связанные с историей, религией и национальной памятью. Коммуникационный этап предполагает выбор каналов и форматов взаимодействия с аудиторией. В межкультурной среде особенно важно корректное использование языка, символики и невербальных средств коммуникации. Завершающий этап — корректирующий: анализ реакции аудитории и адаптация имиджа при возникновении репутационных рисков. Типичные ошибки — игнорирование культурных различий, использование универсальных шаблонов без учёта национального контекста, неуважительное обращение к историческому наследию или символам. Такие просчёты способны разрушить имидж быстрее, чем политические оппоненты. 2. **Задание** Выберите одну имиджевую ситуацию (например, запуск нового общественного проекта, кризис вокруг публичного лица, международное

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
			выступление политического лидера) и обоснуйте, какой формат PR-коммуникации будет наиболее уместен для её сопровождения: пресс-релиз / публичное интервью / аналитическая публикация / имиджевая колонка. В ответе: • назовите выбранный формат; • объясните, почему он лучше подходит, чем другие; • укажите 2–3 ключевых элемента, которые вы обязательно включите в материал. **Образец ответа (студенческий вариант)** В качестве примера можно взять ситуацию публичного кризиса, связанного с некорректным высказыванием политического лидера. В данном случае наиболее уместным форматом будет **публичное интервью**. Интервью лучше подходит, чем пресс-релиз или аналитическая публикация, потому что позволяет продемонстрировать личную позицию лидера, его аргументацию и эмоциональную реакцию. Пресс-релиз выглядит более формальным и может восприниматься как дистанцированная официальная реакция. Аналитическая публикация скорее интерпретирует ситуацию со стороны, чем даёт возможность самому субъекту повлиять на восприятие. В интервью я бы обязательно включил: 1. чёткое разъяснение позиции и признание проблемы; 2. аргументы, объясняющие контекст высказывания; 3. элементы, демонстрирующие уважение к различным социальным и культурным группам. Такой формат позволяет не только снизить репутационные риски, но и скорректировать публичный образ через прямую коммуникацию с аудиторией. **3. Задание** Опишите, как меняется жанровая подача имиджевого материала при переходе из традиционных медиа (печать, телевидение) в цифровую среду и социальные сети. В ответе укажите: • какие форматы и жанры имиджевой коммуникации лучше работают в

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
			онлайн-среде и почему; • что меняется в структуре и способах подачи сообщения; • какие риски возникают при использовании мультимедийных и интерактивных инструментов в имиджмейкинге. **Образец ответа (студенческий вариант)** В цифровой среде лучше работают короткие форматы, ориентированные на быстрое восприятие: посты в социальных сетях, видеосообщения, сторис, персональные обращения, интерактивные форматы. Они позволяют установить более прямой контакт с аудиторией и создают эффект «личного присутствия». В структуре сообщения усиливается роль заголовка, визуального образа и первых фраз текста. Информация подаётся блоками, активно используются изображения, короткие видео, инфографика, цитаты. Появляется возможность оперативной обратной связи через комментарии и реакции аудитории. Риски заключаются в том, что из-за стремления к краткости и эмоциональности можно упростить сложную тему или допустить искажение смысла. Кроме того, визуальные элементы могут сформировать образ, который не полностью соответствует содержанию. В условиях высокой скорости распространения информации даже небольшая ошибка может быстро перерасти в репутационный кризис, поэтому особенно важно сохранять точность формулировок и учитывать культурные и социальные особенности аудитории.

Критерии оценивания тестового задания:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	от 90 до 100 % правильно выполненных заданий
хорошо	от 70 до 89 % правильно выполненных заданий
удовлетворительно	от 50 до 69 % правильно выполненных заданий
неудовлетворительно	менее 50 % правильно выполненных заданий

4.2 ТИПОВЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

Практические задания должны отражать умение обучающегося применять осваиваемую компетенцию в практических ситуациях и при решении производственных задач (индикаторы УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ).

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
Тема 1. Предмет имиджелогии как науки	**УК-5** Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	**ИУК-5.2.** Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп	**1. Содержание задания:** Обучающийся анализирует примеры формирования имиджа различных социальных акторов (политического лидера, общественного деятеля, организации, культурной институции) в разных социокультурных контекстах. В ходе выполнения задания обучающийся: • определяет, какие элементы имиджа формируются (ценностные установки, символика, речевые стратегии, визуальные характеристики); • выявляет влияние культурных традиций и социальных особенностей аудитории на построение имиджа; • анализирует, как исторический, национальный и социокультурный контекст влияет на интерпретацию и восприятие имиджа различными группами; • демонстрирует умение находить и использовать информацию о культурных различиях при оценке имиджевых стратегий. Особое внимание уделяется тому, каким образом имиджевые характеристики адаптируются к различным культурным ожиданиям и моделям поведения. **Форма контроля:** Устный опрос, анализ выполненного задания, обсуждение выводов. **2. Содержание задания** Обучающемуся предлагаются фрагменты научных текстов (учебники, статьи, монографии), в которых по-разному трактуется предмет имиджелогии. В ходе выполнения задания обучающийся должен: • определить объект и предмет исследования в каждом из представленных источников; • выявить различия в понимании сущности имиджа и его функций; • проанализировать методологические подходы авторов

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
			(психологический, социологический, коммуникативный, политический и др.); • сопоставить концепции и выявить их общие и отличительные положения; • сформулировать собственное обоснованное определение предмета имиджелогии как научной дисциплины. **Форма контроля:** Письменный аналитический ответ с последующим обсуждением ключевых выводов в аудитории. **3. Содержание задания:** Обучающемуся предлагается один и тот же публичный субъект (политический лидер, государственный деятель, партия или государственный институт), чья репутация и образ формируются в медиапространстве. Необходимо подготовить два кратких фрагмента текста (по одному абзацу каждый), демонстрирующих различные модели конструирования имиджа, например: • в официально-институциональном дискурсе; • в критическом или альтернативном медиадискурсе (либо иное сочетание по выбору преподавателя). В ходе выполнения задания обучающийся должен продемонстрировать: • понимание механизмов формирования имиджа; • различия в стратегиях и приёмах имиджевого конструирования; • особенности языковых средств, используемых для создания позитивного или негативного образа; • характер отбора фактов и акцентирование значимых характеристик субъекта; • степень выраженности оценочности и коммуникативной цели текста. После выполнения задания обучающийся кратко объясняет, какие имиджевые стратегии и технологии были использованы

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
			и как они соотносятся с предметом имиджелогии как науки. **Форма контроля:** проверка письменной работы преподавателем и последующее обсуждение.
Тема 2. Имидж в системе коммуникации	**УК-5** Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	**ИУК-5.3.** Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	**1. Содержание задания** Обучающийся анализирует медиаматериалы (новости, интервью, репортажи, мультимедийные публикации), в которых формируется имидж публичного субъекта (личности, социальной группы, института, региона). В процессе анализа необходимо: • определить, каким образом в тексте конструируется имидж; • выявить, учитываются ли историко-культурные особенности и социокультурные традиции различных социальных групп; • оценить корректность и уважительность репрезентации; • проанализировать соответствие визуальных и текстовых элементов коммуникативной задаче. **Форма контроля:** устный опрос, наблюдение, обсуждение выводов. **2. Содержание задания** Обучающийся рассматривает медиаматериал, в котором представлен образ социальной группы, исторического события или культурного феномена. Необходимо: • выявить возможные ошибки в имиджевой репрезентации (стереотипизация, упрощение, игнорирование исторического контекста, некорректные формулировки); • определить, каким образом данные недочёты влияют на формирование общественного восприятия;

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
			• предложить корректные редакционные решения с учётом принципов уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям. **Форма контроля: анализ ответа обучающегося, наблюдение преподавателя.** **3. Содержание задания** Обучающемуся предлагается редакционный кейс, связанный с подготовкой материала о событии или явлении, имеющем историко-культурную или социальную значимость. Обучающийся должен определить: • какие элементы публикации влияют на формирование имиджа субъекта коммуникации; • какие риски искажения или нарушения принципов социокультурной корректности могут возникнуть; • какие редакторские и коммуникативные решения необходимо принять для формирования взвешенного и уважительного образа; • как учёт исторического развития России в контексте мировой истории влияет на стратегию имиджевой коммуникации. **Форма контроля:** проверка письменного анализа и последующее обсуждение**.**
Тема 3. Имиджмейкинг в системе PR-деятельности	**УК-5** Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	**ИУК-5.3.** Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	**1. Содержание задания** Обучающийся анализирует набор PR-источников (официальные пресс-релизы, публичные выступления, экспертные комментарии, материалы СМИ, публикации в социальных сетях), используемых для формирования имиджа организации, публичного лица или социального проекта. В ходе выполнения задания обучающийся: • определяет типы источников и их коммуникативный статус в системе PR;

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
			• оценивает репутационные риски и степень возможной ангажированности источников; • анализирует, соответствуют ли используемые источники принципам уважительного отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп; • обосновывает целесообразность их использования при конструировании позитивного имиджа. **Форма контроля:** устный опрос, анализ ответа обучающегося. **2. Содержание задания** Обучающемуся предлагаётся описание подготовки PR-материала, направленного на формирование или корректировку имиджа субъекта (организации, государственного института, общественного объединения). Обучающийся: • выявляет возможные репутационные и социокультурные риски при использовании различных источников информации; • объясняет, какие методы верификации и согласования информации необходимо применить; • анализирует, каким образом некорректная работа с историческим или культурным контекстом может повлиять на восприятие имиджа; • оценивает влияние источников на формирование доверия целевых аудиторий. **Форма контроля:** наблюдение преподавателя, анализ ответа обучающегося.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
			3. Содержание задания Обучающемуся предлагается рабочий набор материалов для подготовки PR-текста (пресс-релиз, экспертный комментарий, публикация в СМИ, сообщение в социальной сети, архивная справка). Обучающийся: • оценивает допустимость использования каждого источника при формировании имиджа; • определяет, какие материалы требуют дополнительной проверки или корректировки с учётом социокультурной чувствительности; • выявляет источники, использование которых может нанести репутационный ущерб; • обосновывает выбор источников с точки зрения этики PR-деятельности и уважения к историческому и культурному контексту. **Форма контроля:** анализ выполненного задания, устное обсуждение результатов.
Тема 4. Этапы формирования имиджа	**УК-5** Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	**ИУК-5.4.** Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного	**1. Содержание задания** Обучающемуся предлагается кейс, связанный с формированием или корректировкой имиджа публичного субъекта (политического лидера, общественного деятеля, организации) в условиях общественной дискуссии или кризисной ситуации. Обучающийся должен:

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
			• определить этап формирования имиджа (диагностика текущего восприятия, формирование ценностного ядра, разработка стратегии позиционирования, реализация коммуникации, коррекция); • выявить ключевые ценностные ориентиры, лежащие в основе имиджевой стратегии; • обосновать выбор гражданской позиции, транслируемой в коммуникации; • объяснить, какие мировоззренческие и общественные факторы необходимо учитывать при построении имиджа. **Форма контроля:** анализ ответа обучающегося, устный опрос. **2. Содержание задания** Обучающемуся предлагаётся фрагмент PR- или медиатекста, направленного на формирование имиджа. Обучающийся: • определяет, на каком этапе формирования имиджа находится субъект коммуникации; • выявляет ценностные установки, транслируемые в тексте; • анализирует, каким образом в материале выражена гражданская позиция; • указывает элементы, усиливающие целостность имиджа, а также возможные противоречия или ценностные риски. **Форма контроля:** анализ выполненного задания преподавателем.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
			3. Содержание задания Обучающемуся предлагается редакционный кейс по разработке стратегии формирования имиджа публичного субъекта в социально чувствительном контексте. Обучающийся должен: • определить последовательность этапов формирования имиджа; • обозначить ценностные ориентиры, которые должны быть положены в основу коммуникации; • аргументировать выбранную гражданскую позицию; • объяснить, какие мировоззренческие и общественные конфликты могут возникнуть и каким образом их следует разрешать в коммуникационном процессе; • указать возможные ошибки, способные привести к имиджевым потерям. **Форма контроля:** анализ ответа обучающегося, обсуждение результатов.

Критерии оценивания практических занятий:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи, формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, обосновывает свои суждения и даёт правильные ответы на вопросы преподавателя
хорошо	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи и формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, но содержание ответов имеют некоторые неточности и требуют уточнения и комментария со стороны преподавателя
удовлетворительно	Выставляется, если обучающийся знает и понимает материал по заданной теме, но изложение неполное, непоследовательное, допускаются неточности в определении понятий, студент не может обосновать свои ответы на уточняющие вопросы преподавателя

неудовлетворительно	Выставляется, если обучающийся допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Делает ошибки в ответах на уточняющие вопросы преподавателя

4.3. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольные работы содержат несколько практических заданий по индивидуальным вариантам, в полном объеме охватывающих изученный материал по указанной теме (индикаторы УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ). Выполнение контрольных работ позволяет определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы
Имиджмейкинг в системе PR-деятельности	**УК-5** Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	**ИПК-1.1.** Знает, постановления, приказы, поручения, руководящие и нормативные материалы выше стоящих органов, касающееся редакционно-издательской деятельности **ИПК-1.2.** Умеет оценивать качество выполненной работы **ИПК-1.3.** Владеет навыками контролировать качество выполнения заданий по дизайну и веб-редактированию, публикации материалов	**Задание** Выполните аналитическое задание, основанное на анализе функционирования политической журналистики в современной медиасистеме. **1. Определите нормативно-институциональные рамки деятельности политического журналиста.** Укажите, какие нормативные, редакционные и профессиональные регуляторы (законодательство о СМИ, редакционная политика, профессиональные и этические нормы) необходимо учитывать при подготовке и публикации политических журналистских материалов. **2. Проанализируйте качество политического медиаматериала.** На примере конкретного политического журналистского материала (новость, аналитическая статья, интервью или обозрение) оцените: • корректность жанрового выбора; • особенности подачи политической тематики и проблематики; • использование источников информации; • соответствие материала требованиям профессиональной журналистики. **3. Опишите порядок контроля качества подготовки и публикации политического журналистского материала.** Раскройте этапы контроля (предпубликационная проверка, редакторская

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовой вариант контрольной работы
			оценка, публикация), укажите ключевые критерии оценки качества и возможные риски искажения политического содержания. **Форма представления результат** **а**Письменный аналитический отчёт. **Форма контроля** Проверка выполненного задания преподавателем, устный комментарий обучающегося.

Критерии оценивания контрольной работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи, формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, обосновывает свои суждения и даёт правильные ответы на вопросы преподавателя
хорошо	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи и формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, но содержание ответов имеют некоторые неточности и требуют уточнения и комментария со стороны преподавателя.
удовлетворительно	Выставляется, если обучающийся знает и понимает материал по заданной теме, но изложение неполное, непоследовательное, допускаются неточности в определении понятий, студент не может обосновать свои ответы на уточняющие вопросы преподавателя
неудовлетворительно	Выставляется, если обучающийся допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Делает ошибки в ответах на уточняющие вопросы преподавателя

4.4. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа (индикаторы ЗНАТЬ, УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ – на выбор) включает в себя проработку теоретического материала, изучение рекомендуемой литературы, выполнение практико-ориентированных заданий (заполнение таблиц, проведение сравнительного анализа, составление схем и др.), решение практических задач, создание презентаций, написание рефератов, подборка нормативного и иного материала и выполнение других заданий.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовое задание для самостоятельной работы
Практика анализа и конструирования имиджа в PR-деятельности	**УК-5** Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	**ИУК-5.1.** Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношению к историческому наследию и культурным традициям **ИУК-5.2**. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп **ИУК-5.3.** Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира **ИУК-5.4.** Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного	**Обучающемуся предлагается кейс по разработке имиджевой стратегии для организации или публичного лица в условиях общественной дискуссии либо репутационного кризиса.** Необходимо: 1. Определить стратегические цели формирования имиджа. 2. Сформулировать ценностные ориентиры и гражданскую позицию субъекта. 3. Обосновать выбор каналов коммуникации и инструментов PR. 4. Проанализировать возможные репутационные и мировоззренческие риски. 5. Предложить меры по корректировке имиджа при возникновении негативных реакций аудитории. **Форма представления результата:** проект имиджевой стратегии с аналитическим обоснованием. **Форма контроля:** оценка письменной работы, обсуждение.

Критерии оценивания самостоятельной работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	выставляется если работа носит научно-исследовательский характер, проанализирован и сделан сравнительный анализ нескольких литературных источников, приведены примеры
хорошо	выставляется если проанализирован и сделан сравнительный анализ нескольких литературных источников, приведены примеры
удовлетворительно	выставляется если проведен сравнительный анализ научно-методической литературы, приведены примеры
неудовлетворительно	выставляется если работа прошла проверку на антиплагиат и соответствует требованиям оформления

4.5. Темы эссе

1. Предмет и законы имиджелогии. Имиджелогия в системе ИМК.
2. Основные понятия имиджелогии. Имиджмейкинг, имиджбилдинг.
3. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели.
4. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа.
5. Типология имиджей.
6. Функции персонального имиджа.
7. Функции имиджа организации.
8. Анализ имиджа конкретного исторического лица (власть, политика, искусство).
9. Генезис деятельности по формированию имиджа. Анализ имиджа социально-исторического типа (фараон, свободный гражданин, монах, рыцарь, буржуа и т.п.).
10. Эстетический аспект имиджа. Специфика эстетического компонента в имиджевом решении.
11. Психологический аспект персонального имиджа. Условия и предпосылки формирования эффективного персонального имиджа.
12. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
13. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-сфере.
14. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
15. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.
16. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
17. Инструментарий имиджелогии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.
18. Проблема соотношения субъекта и контекста в имиджевом решении.
19. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
20. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
21. Проблема визуализации имиджа.
22. Роль цвета в создании имиджа.
23. Роль выразительных форм в создании имиджа.
24. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.
25. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
26. Социальный имидж организации.
27. Бизнес-имидж организации.
28. Образ российского бизнеса: пути становления и проблемы.
29. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.
30. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа.
31. Соотношение общего и индивидуального в имидже политического лидера.
32. Имидж в публичной политике.
33. Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.
34. Проблемы создания и восприятия имиджа в шоу-бизнесе.
35. Имидж творческого человека: необходимые элементы, стратегии продвижения.
36. Имидж женщины (политика, бизнес и т.п.).
37. Имидж и мода. Имидж лидеров моды на разных исторических этапах.
38. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия формирования.
39. Корпоративный имидж и репутация.
40. Социальный имидж организации: анализ конкретного примера.

5. Вопросы для зачета:

1. Основные функции корпоративного имиджа.
2. Основные характеристики позиционирования.
3. Особенности психологического восприятия имиджа.
4. Особенности формирования имиджа некоммерческих организаций.
5. Особенности формирования корпоративного имиджа.

6. Роль имиджа в формировании общественного мнения.
7. Роль специалистов по связям с общественностью в формировании корпоративного имиджа.
8. Роль установки доверие/недоверие в восприятии имиджа.
9. Соотношение понятий имидж, репутация, бренд..
10. Способы возвышения имиджа.
11. Структура процесса управления корпоративным имиджем.
12. Типы имиджей.
13. Цели, задачи и функции имиджа.
14. Этическое регулирование профессиональной деятельности имиджмейкера.
15. Особенности управления имиджем в сети Интернет
16. Сайт как средство формирования корпоративного имиджа.
17. Технологии поддержки имиджа в кризисных ситуациях.
18. Роль и возможности использования СМИ в формировании имиджа.
19. Роль и возможности использования специальных событий в формировании имиджа.
20. Корпоративная социальная ответственность как инструмент формирования имиджа.
21. Габитарный имидж: основные характеристики.
22. Роль цвета в создании имиджа.
23. Фирменный стиль и его роль в формировании имиджа организации
24. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
25. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
26. Учет ожиданий аудитории и принцип соответствия в формировании имиджа.
27. Социальный имидж организации
28. Пути и методы оптимизации текущего имиджа.
29. Самоимидж, идеальный и реальный имидж: общая характеристика.
30. Стереотипизация как техника формирование имиджа.
31. Техника «разрыва стереотипа» в создании имиджа.
32. Техника «когнитивного диссонанса» в создании имиджа
33. Процесс коррекции отрицательного имиджа.

Критерии оценивания экзамена:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выставляется, если обучающимся правильно и полностью раскрыто содержание материала в пределах программы, чётко и правильно даны определения и раскрыто содержание понятий, точно использованы научные и технические термины, в ответе использованы ранее приобретённые теоретические знания, сделаны необходимые выводы и обобщения
хорошо	Выставляется, если обучающимся раскрыто основное содержание материала в пределах программы, даны определения и раскрыто содержание понятий, в ответе использованы ранее приобретённые теоретические знания, сделаны необходимые выводы и обобщения, но присутствуют незначительные нарушения в последовательности изложения, имеются одна-две неточности в содержании ответа
удовлетворительно	Выставляется, если обучающимся содержание учебного материала изложено фрагментарно, не всегда последовательно, не даны определения, не раскрыто содержание понятий, или они изложены с ошибками, допускаются ошибки и неточности в использовании научной терминологии, отсутствуют выводы и обобщения из предыдущего материала, или возможны ошибки в их изложении
неудовлетворительно	Выставляется, если обучающимся основное содержание учебного материала не раскрыто, не даются ответы на основные вопросы, допускаются грубые ошибки в определении понятий, в использовании терминологии, отсутствуют выводы и обобщения

6. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ДИАГНОСТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

Задания для диагностической работы должны обеспечивать оценку полностью или частично сформированных компетенций. Каждое задание должно быть привязано к тому или иному индикатору сформированности компетенций.

При формировании заданий для диагностической работы необходимо использовать тестовые задания следующих типов:

Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия.

Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.

Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.

Все типы заданий должны быть представлены не менее одного раза.

<table>
<tr><th>№ п/п</th><th>Тема занятия</th><th>Код компетенции</th><th>Индикатор</th><th>Тип задания</th><th colspan="2">Задание</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>Вариант 1</td><td>Вариант 2</td></tr>
<tr><td>1</td><td>Предмет имиджелогии как науки</td><td>УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</td><td>ИУК-5.1. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношению к историческому наследию и культурным традициям</td><td>Прочитайте вопрос, выберите правильный ответ и обоснуйте выбор.</td><td>Как следует понимать предмет имиджелогии как науки?
а) Как изучение способов целенаправленного формирования и трансформации образа личности, организации или социальной группы в системе коммуникации
б) Как анализ исключительно визуальных характеристик публичного лица
в) Как исследование рекламных технологий продвижения товаров и услуг
г) Как описание индивидуальных психологических особенностей человека вне социального контекста
Правильный ответ: А
Обоснование (студенческий вариант): Имиджелогия изучает механизмы формирования, функционирования и восприятия образа в коммуникации. Речь идёт не только о внешнем облике, но и о ценностях, культурных кодах, символах и социальных ожиданиях, которые влияют на восприятие личности или организации. Остальные варианты либо сужают предмет до внешних характеристик, либо подменяют его рекламой или индивидуальной психологией без учёта социального и культурного контекста.</td><td>Соотнесите подход к пониманию имиджа и характерный для него результат
<table><tr><th colspan="2">Этап</th><th colspan="2">Результат</th></tr><tr><td>А</td><td>Социально-психологический подход</td><td>1</td><td>Анализ механизмов восприятия, стереотипизации и формирования образа в массовом сознании</td></tr><tr><td>Б</td><td>Культурологический подход</td><td>2</td><td>Рассмотрение имиджа как отражения культурных норм, ценностей и символических кодов общества</td></tr><tr><td>В</td><td>Коммуникативный подход</td><td>3</td><td>Исследование каналов, стратегий и эффектов передачи образа в процессе публичной коммуникации</td></tr><tr><td>Г</td><td>Маркетинговый подход</td><td>4</td><td>Изучение имиджа как инструмента позиционирования и конкурентного преимущества</td></tr><tr><td></td><td></td><td>5</td><td>Рассмотрение имиджа исключительно как индивидуальной черты личности, не связанной с социальным контекстом</td></tr></table></td></tr>
</table>

<table>
<tr>
<td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td>
<td>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><th>А</th><th>Б</th><th>В</th><th>Г</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: Ключ к заданию:
А – 1, Б – 2, В – 3, Г – 4</td>
</tr>
<tr>
<td></td><td></td><td></td>
<td>ИУК-5.2.
Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп</td>
<td>Выполните задание</td>
<td>Установите логическую последовательность этапов научного осмысления имиджа как социально-культурного феномена.
1. Анализ культурных норм, ценностей и символических кодов, влияющих на восприятие образа.
2. Определение социально-исторического контекста формирования имиджа.
3. Выявление механизмов восприятия и интерпретации образа различными социальными группами.
4. Формирование целостной модели имиджа как результата взаимодействия субъекта, аудитории и культурной среды.
Ответ:
2 → 1 → 3 → 4</td>
<td>Ситуация
Студент приступает к изучению предмета имиджелогии как науки и планирует исследовать, как формируется имидж общественного деятеля в условиях культурного разнообразия общества. Он хочет учесть исторический контекст, ценностные различия социальных групп и механизмы восприятия образа.
Вопрос:
С какого шага целесообразнее начать анализ, чтобы исследование было методически корректным?
а) С описания визуальных характеристик имиджа и их влияния на эмоциональное восприятие аудитории
б) С определения социально-культурного контекста и особенностей целевых групп, взаимодействующих с образом
в) С разработки собственной интерпретации имиджа и подбора примеров для её иллюстрации
г) С сопоставления имиджа с маркетинговыми стратегиями продвижения
Ответ: Б
Обоснование (студенческий вариант):
Если сначала определить социально-культурный</td>
</tr>
</table>

						контекст и особенности различных групп, становится понятнее, почему один и тот же образ воспринимается по-разному. Это позволяет учитывать традиции, ценности и нормы аудитории и делает анализ имиджа более обоснованным и научным.
			ИУК-5.3. Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	*Ответьте развернуто на вопрос*	**Задание** Опишите, какие действия вы используете или можете использовать при подготовке и публикации учебного или аналитического материала, посвящённого предмету имиджелогии как науки, для обеспечения научной корректности содержания, аргументации и оформления. В ответе необходимо: • указать не менее трёх конкретных действий; • пояснить, какой риск или проблему позволяет снизить каждое из них; • уточнить, что именно проверяется или анализируется на каждом этапе. **Образец ответа (студенческий вариант)** При подготовке материала по имиджелогии я сначала уточняю, корректно ли раскрыто само понятие «имидж» и не сведено ли оно только к внешнему впечатлению. Я сопоставляю разные научные подходы к определению	**Задание** В научных и учебных источниках, посвящённых имиджелогии, встречаются различные интерпретации понятия «имидж», его структуры, функций и исторического развития в российском и мировом контексте. **Вопрос:** Какое действие в наибольшей степени соответствует принципам научной корректности и уважительного отношения к историко-культурному контексту при анализе предмета имиджелогии? а) Использование одной теоретической позиции как универсальной без обращения к альтернативным научным подходам б) Обобщение различных концепций имиджа без указания различий в их культурных и исторических основаниях в) Перечисление определений имиджа без анализа их происхождения и социокультурной обусловленности г) Сопоставление различных научных подходов к пониманию имиджа с учётом исторического этапа, культурной среды и целей их формирования **Правильный ответ: Г** **Обоснование (студенческий вариант)** Имиджелогия как наука развивается в разных культурных и исторических условиях, поэтому важно учитывать, в каком контексте возникла та

					имиджа и проверяю, в каком историческом и культурном контексте они сформировались. Это помогает избежать упрощённого понимания предмета и некорректных обобщений. Далее я проверяю используемые источники: обращаю внимание на их научный статус, актуальность и принадлежность к определённой исследовательской традиции. Это снижает риск использования поверхностных или популяризаторских трактовок вместо научных концепций. На заключительном этапе я анализирую структуру текста, логичность аргументации и корректность терминологии. Также проверяю, соблюдён ли академический стиль и нет ли оценочных или стереотипных формулировок, особенно при рассмотрении культурных особенностей. Это позволяет сделать материал последовательным, научно обоснованным и корректным по отношению к различным социальным группам.	или иная концепция имиджа. Сопоставление подходов и анализ их культурной и исторической обусловленности помогают избежать упрощений и формального пересказа. Такой способ работы показывает уважительное отношение к научной традиции и позволяет сделать более обоснованные выводы.
			ИУК-5.4. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументиров	*Прочитайте вопрос, выберите правильный ответ и обоснуйте выбор*	**Какое из действий наиболее соответствует сознательному выбору ценностной позиции при анализе имиджа публичного субъекта?** а) Описание внешних характеристик образа без оценки его ценностной основы	**Расположите этапы осознанного анализа имиджа публичного субъекта в логической последовательности.** 1. Формулирование собственной аргументированной позиции по выявленным ценностным основаниям

			ано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного		б) Поддержка наиболее популярной в обществе позиции без анализа её последствий в) Анализ ценностных оснований формируемого имиджа и аргументированное обозначение собственной позиции г) Сведение обсуждения имиджа к эффективности его медийного продвижения **Правильный ответ: В** **Обоснование (студенческий вариант):** Имиджелогия изучает не только технологии создания образа, но и его ценностные основания. Осознанный подход предполагает анализ того, какие ценности транслируются через имидж и какие общественные последствия это может иметь. Просто описывать образ или ориентироваться на популярность недостаточно**.**	2. Определение ценностей и смыслов, транслируемых через имидж 3. Анализ социального и культурного контекста формирования образа 4. Оценка возможных общественных последствий выбранной имиджевой стратегии **Правильный порядок:** **3 → 2 → 4 → 1** **Краткое обоснование (студенческий вариант):** Сначала нужно понять культурный и социальный контекст. Затем определить, какие ценности транслируются через имидж. После этого оценить возможные общественные последствия и только затем сформулировать собственную аргументированную позицию.
2	Имидж в системе коммуникации	**УК-5** Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	**ИУК-5.1.** Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношению к историческому наследию и культурным традициям	*Прочитайте вопрос, выберите правильный ответ и обоснуйте выбор*	**Какова основная функция имиджа в системе коммуникации?** а) Усиление эмоционального воздействия на аудиторию через выразительные средства б) Передача информации о субъекте коммуникации в максимально сжатой форме в) Формирование устойчивого восприятия субъекта с учётом ценностей и культурных ожиданий аудитории г) Привлечение внимания к личности	**Какие навыки являются ключевыми при формировании и анализе имиджа в системе межкультурной коммуникации?** а) Способность учитывать культурные различия и социальные нормы различных аудиторий б) Умение соотносить элементы имиджа с ценностными установками конкретной социальной группы в) Навык использования универсальных образов без учёта культурного контекста г) Критический анализ символов и смыслов, используемых в имиджевой коммуникации

					или организации вне зависимости от содержания сообщения **Правильный ответ:** В **Обоснование (образец):** Имидж в системе коммуникации выполняет функцию формирования устойчивого и социально значимого восприятия субъекта. Он строится с учётом культурных норм, ценностей и ожиданий аудитории. Остальные варианты отражают отдельные эффекты коммуникации, но не раскрывают сущность имиджа как социально-культурного феномена.	д) Стремление к унификации имиджа для всех аудиторий ради упрощения коммуникации **Правильные ответы:** А, Б, Г **Обоснование (образец):** Работа с имиджем в системе коммуникации требует учёта культурных различий, понимания ценностных установок аудитории и анализа символических элементов образа. Унификация имиджа или игнорирование культурного контекста может привести к непониманию или конфликту восприятия.
			ИУК-5.2. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп	*Расположите элементы в логическом порядке*	**Расположите действия при анализе имиджа в системе коммуникации в логическом порядке.** 1. Формулирование выводов о корректности и культурной уместности формируемого имиджа 2. Определение объекта анализа и критериев оценки имиджа (ценности, символы, культурные коды) 3. Анализ элементов имиджа (визуальные образы, язык, символика, поведенческие модели) 4. Соотнесение выявленных элементов с культурными особенностями и традициями целевой аудитории **Правильный порядок:** 2 → 3 → 4 → 1	**Ситуация** Анализируется публичный образ организации, ориентированной на разные социальные и культурные группы. В коммуникации используются символы, ценностные формулы и визуальные образы. **Вопрос** Какой признак позволяет обоснованно говорить о том, что имидж выстроен с учётом культурного разнообразия аудитории? а) Использование универсальных символов, не привязанных к конкретному культурному контексту б) Учет ценностей и традиций различных социальных групп при выборе символики и смысловых акцентов в) Акцент на внешней привлекательности визуального оформления г) Повторение наиболее популярных образов из массовой культуры **Правильный ответ:** Б **Обоснование** Учет культурных особенностей и традиций различных социальных групп является

						ключевым признаком осознанной работы с имиджем в системе коммуникации. Остальные варианты отражают отдельные элементы оформления или стратегии привлечения внимания, но не демонстрируют анализ культурного контекста.
			ИУК-5.3. Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	*Ответьте развернуто на вопрос*	**Опишите, какие приёмы и действия вы используете или можете использовать при анализе и подготовке медиаматериалов, формирующих или интерпретирующих имидж личности, организации или института в системе коммуникации.** Требования к ответу: • указать не менее трёх конкретных действий; • пояснить, какие аспекты имиджа проверяются в каждом случае (ценностные ориентиры, культурные коды, исторические отсылки, символика, стиль подачи). **Образец ответа (студенческий вариант)** При работе с материалом, формирующим имидж, я прежде всего анализирую, какие ценности и культурные ориентиры транслируются через образ. Я проверяю, не противоречат ли они историческим традициям и социальным нормам целевой аудитории. Это позволяет избежать культурной некорректности и искажения смыслов. Далее я оцениваю использование символов, исторических отсылок и визуальных элементов. Важно понять, корректно ли они интерпретированы и	**Опишите, какие действия следует предпринять при подготовке медиаматериала, формирующего имидж публичного субъекта в многообразной социокультурной среде, чтобы обеспечить корректность образа и уважительное отношение к историческому и культурному контексту.** В ответе поясните: • какие элементы материала требуют особого внимания; • какие риски могут возникнуть при их некорректной подаче; • почему выбранные действия позволяют поддерживать качество и этичность коммуникации. **Образец ответа (студенческий вариант)** При подготовке материала особое внимание следует уделить ценностным акцентам, используемым символам и историческим отсылкам. Необходимо проверить, корректно ли они соотносятся с культурными традициями разных социальных групп и не искажают ли их смысл. Риск может возникнуть при упрощённой интерпретации исторических событий или использовании стереотипных образов. Это способно привести к репутационным потерям и снижению доверия аудитории. Кроме того, важно проанализировать тональность текста и характер аргументации. Уважительная и корректная подача материала

					не вызывают ли негативных ассоциаций у различных социальных групп. Такой анализ помогает предотвратить репутационные риски и сохранить уважительное отношение к культурному наследию. На завершающем этапе я анализирую язык и тональность публикации. Проверяю, не используются ли стереотипы или упрощённые характеристики, способные обесценить культурную специфику аудитории. Это снижает риск формирования поверхностного или манипулятивного имиджа.	позволяет сохранить баланс между формированием имиджа и ответственным отношением к культурному наследию, что поддерживает устойчивое качество коммуникации.
			ИУК-5.4. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного	*Прочитайте вопрос, выберите правильный ответ и обоснуйте выбор*	**Вопрос:** Какой признак свидетельствует о том, что специалист по коммуникации осознанно формирует имидж с опорой на ценностные ориентиры, а не исключительно на манипулятивные технологии? а) Использование эмоционально насыщенных символов без объяснения их смысла б) Подбор визуальных и текстовых элементов, отражающих социально значимые ценности и открыто обозначенную позицию субъекта в) Адаптация имиджа под ожидания аудитории без учёта собственных принципов г) Замена аргументации эффектными лозунгами **Правильный ответ:** Б **Обоснование (образец):** Сознательное формирование имиджа предполагает опору на чётко	**Расположите этапы формирования имиджевой стратегии в логической последовательности с точки зрения осознанного выбора ценностной позиции.** 1. Определение ключевых ценностных ориентиров и общественной позиции субъекта 2. Анализ общественного контекста и возможных мировоззренческих противоречий 3. Подбор коммуникативных средств и символических элементов 4. Оценка общественной реакции и корректировка стратегии **Правильный порядок:** 2 → 1 → 3 → 4 **Краткое обоснование (студенческий вариант):** Сначала необходимо проанализировать общественный контекст и существующие ценностные противоречия. Затем формулируются собственные ценностные ориентиры субъекта. После этого подбираются

					обозначенные ценностные ориентиры и прозрачную позицию субъекта. Использование символов без объяснения, подмена аргументов лозунгами или ситуативная адаптация без принципов относятся к манипулятивным практикам и не отражают мировоззренческой ответственности.	средства коммуникации, отражающие выбранную позицию. Завершающим этапом является оценка реакции аудитории и корректировка стратегии.
3	Имиджмейкинг в системе PR-деятельности	**УК-5** Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	**ИУК-5.1.** Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношению к историческому наследию и культурным традициям	*Прочитайте вопрос, выберите правильный ответ и обоснуйте выбор*	**Что является ключевым условием формирования устойчивого имиджа в условиях культурного и социального разнообразия аудитории?** а) Унификация образа для всех социальных групп без учёта их ценностных различий б) Акцент на наиболее эмоционально резонансных темах независимо от их культурной чувствительности в) Учет культурных особенностей целевых групп и корректная адаптация имиджевых сообщений г) Использование стереотипных образов, понятных широкой аудитории **Правильный ответ:** В **Обоснование (образец):** Эффективный имиджмейкинг в системе PR-деятельности предполагает уважительное отношение к культурным различиям и учет ценностных установок различных социальных групп. Игнорирование этих факторов или использование стереотипов может привести к конфликтам и репутационным рискам.	**По каким критериям аудитория оценивает корректность и этичность имиджевой коммуникации в публичной сфере?** а) Соответствие имиджевых сообщений культурному контексту и традициям целевых групп б) Использование универсальных символов без учета исторических и социальных особенностей аудитории в) Готовность субъекта корректировать коммуникацию при выявлении культурно чувствительных ошибок г) Прозрачность ценностных ориентиров и отсутствие дискриминационных формулировок д) Максимальная экспрессивность и провокационность для привлечения внимания **Правильные ответы:** А, В, Г **Обоснование (образец):** Корректный имидж в системе PR строится на уважении к культурному разнообразию, прозрачности ценностей и готовности к диалогу. Игнорирование культурного контекста или ставка на провокационность могут вызвать общественное неприятие и снизить доверие к субъекту коммуникации. .

			ИУК-5.2. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп	*Прочитайте задания и ответьте на вопросы*	**Расположите действия по оценке корректности имиджевой коммуникации с учётом культурных особенностей целевой аудитории в логической последовательности.** 1. Формирование вывода о корректности и культурной чувствительности имиджевого сообщения 2. Определение критериев оценки (соответствие культурным нормам, отсутствие стереотипов, уважение к традициям) 3. Анализ содержания имиджевого сообщения и используемых символов, образов, формулировок 4. Сопоставление выявленных элементов сообщения с выбранными критериями оценки **Правильный порядок:** 2 → 3 → 4 → 1 **Краткое обоснование (студенческий вариант):** Сначала необходимо определить критерии оценки, связанные с культурной спецификой аудитории. Затем анализируется само сообщение, после чего его элементы сопоставляются с выбранными критериями. На основании этого формируется вывод о корректности имиджевой коммуникации.	**Ситуация** При разработке имиджевой кампании субъект PR-деятельности планирует использовать символы и исторические образы, значимые для разных социальных групп. В условиях многообразия культур возрастает риск некорректной интерпретации, что может привести к репутационным потерям. **Вопрос** Какое действие в наибольшей степени соответствует принципам профессиональной работы с культурно чувствительной информацией в имиджмейкинге? а) Использование наиболее популярных символов без дополнительного анализа их культурного значения б) Предварительное изучение исторического и социокультурного контекста используемых образов и консультация с профильными экспертами в) Унификация имиджевых сообщений для всех аудиторий без учёта различий г) Ориентация исключительно на визуальную выразительность сообщения **Правильный ответ:** Б **Обоснование (образец):** Профессиональный подход к имиджмейкингу предполагает поиск и использование информации о культурных особенностях целевых групп. Предварительный анализ контекста и обращение к экспертным оценкам позволяют снизить риск некорректной интерпретации и обеспечить уважительное взаимодействие с различными аудиториями.

			ИУК-5.3. Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	*Прочитайте задания и ответьте на вопросы*	**Ситуация** При подготовке медиаматериала о публичном выступлении политического лидера используются следующие источники: — официальный пресс-релиз; — статистические данные государственного портала; — экспертный комментарий; — активно распространяемое сообщение в социальной сети, содержащее эмоциональную оценку и критику символики, использованной в выступлении. Выясняется, что сообщение из социальной сети указывает на возможное некорректное использование исторического символа, тогда как официальные источники не затрагивают этот аспект. **Задание** Опишите, какие действия следует предпринять для корректной работы с источниками с учётом необходимости уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям. В ответе укажите: • какие источники могут быть использованы напрямую и в каком качестве; • какие источники требуют дополнительной проверки или культурно-исторического уточнения; • какие действия помогут избежать искажения культурного смысла и репутационных рисков. **Образец ответа (студенческий вариант)**	**Ситуация** При подготовке материала об имидже политической партии используются: — программный документ партии; — публикация в СМИ с критической оценкой её имиджевой стратегии; — аналитический отчёт исследовательского центра; — комментарий представителя партии. Источники по-разному оценивают использование партией национально-культурной символики и обращение к историческим традициям. **Задание** Опишите, какие действия целесообразно предпринять для корректной работы с источниками, чтобы обеспечить уважительное и взвешенное освещение темы. В ответе укажите: • как использовать каждый источник с учётом его позиции; • какие ограничения и риски связаны с их применением; • каким образом можно обеспечить уважительное отношение к социокультурным традициям различных групп. **Образец ответа (студенческий вариант)** Программный документ партии можно использовать для понимания её официальной позиции и ценностных ориентиров, однако следует учитывать, что он отражает внутреннюю интерпретацию собственной деятельности. Критическая публикация и аналитический отчёт позволяют увидеть альтернативные оценки, но требуют проверки аргументов и источников данных. Важно определить, не содержит ли материал обобщений или стереотипных характеристик.

					Официальный пресс-релиз и статистические данные могут быть использованы как фактическая основа материала, поскольку они содержат проверяемую информацию о событии. Экспертный комментарий также допустим при условии анализа компетенции эксперта и его аргументации. Сообщение из социальной сети требует дополнительной проверки, особенно если оно касается интерпретации исторического символа. Необходимо уточнить его происхождение, обратиться к профильным специалистам по истории или культуре и проверить, действительно ли использованный символ может восприниматься как чувствительный для определённых социальных групп. Такой подход позволяет проявить уважение к историческому наследию, избежать поверхностных выводов и минимизировать риск некорректной подачи материала**.**	Комментарий представителя партии необходим для представления позиции самой организации, однако его следует сопоставлять с независимыми оценками. Для обеспечения корректного освещения темы целесообразно сопоставить разные интерпретации, уточнить культурно-исторический контекст используемой символики и избегать формулировок, способных задеть чувства отдельных социальных групп. Такой подход демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и способствует профессиональному качеству материала.
			ИУК-5.4. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренч	*Прочитайте вопрос, выберите правильный ответ и обоснуйте выбор*	**Вопрос:** Какие действия специалиста по имиджмейкингу свидетельствуют о сознательном выборе ценностных ориентиров в профессиональной деятельности? а) Отказ от использования манипулятивных приёмов, способных исказить общественно значимую информацию, даже если они повышают краткосрочный эффект б) Ориентация исключительно на рост узнаваемости публичного лица	**Расположите этапы принятия ценностно обоснованного решения при разработке имиджевой стратегии в логической последовательности.** 1. Публичная аргументация выбранной имиджевой позиции 2. Анализ возможных общественных и мировоззренческих последствий коммуникации 3. Определение целей имиджевой кампании

			ческого, общественного и личностного		независимо от содержания транслируемых ценностей в) Корректировка имиджевой стратегии с учётом общественной реакции и возможных этических последствий г) Использование провокационных символов для привлечения внимания без анализа их культурного значения д) Аргументированное объяснение выбранной коммуникационной позиции аудитории **Правильные ответы:** А, В, Д **Обоснование (образец):** Сознательный выбор ценностных ориентиров проявляется в отказе от манипулятивных практик, в учёте общественных и этических последствий коммуникации, а также в готовности аргументировать свою позицию. Действия, ориентированные исключительно на эффект или провокацию, не отражают ответственного мировоззренческого выбора.	4. Соотнесение целей кампании с личными и профессиональными ценностными ориентирами **Правильный порядок:** 3 → 4 → 2 → 1 **Краткое обоснование (студенческий вариант):** Сначала формулируются цели имиджевой кампании. Затем специалист соотносит их со своими профессиональными и гражданскими ценностями. После этого анализируются возможные общественные последствия выбранной стратегии. Завершающим этапом становится публичная аргументация и обоснование принятого решения.
4	Этапы формирования имиджа	**УК-5** Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	**ИУК-5.1.** Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношению к историческому наследию и культурным	*Прочитайте вопрос, выберите правильный ответ и обоснуйте выбор*	**Какова основная цель формирования имиджа публичного субъекта в межкультурной коммуникации?** а) Усиление эмоционального воздействия на аудиторию независимо от её культурных особенностей б) Создание устойчивого позитивного образа, учитывающего ценности, нормы и культурные различия целевых групп в) Продвижение единообразной модели поведения без учёта социокультурного контекста г) Максимальное упрощение образа для повышения его узнаваемости	**Какую ключевую функцию выполняют профессиональные и этические нормы при формировании имиджа в публичной коммуникации?** а) Помогают адаптировать имидж под краткосрочные ожидания аудитории б) Обеспечивают соблюдение принципов уважения к культурным различиям и предотвращают дискриминационные практики в) Регулируют стилистические особенности имиджевых материалов г) Способствуют усилению конкурентных преимуществ публичного субъекта **Правильный ответ:** Б

			традициям		**Правильный ответ:** Б **Обоснование (образец):** Формирование имиджа в системе коммуникации предполагает учёт культурных различий, исторических традиций и ценностных ориентиров аудитории. Позитивный и устойчивый образ не может строиться без уважения к социокультурному контексту. Остальные варианты отражают отдельные коммуникативные приёмы, но не раскрывают главную цель — создание социально и культурно корректного имиджа. .	**Обоснование (образец):** Профессиональные и этические нормы в имиджмейкинге направлены на недопущение искажения культурных традиций, стереотипизации и дискриминации различных социальных групп. Они обеспечивают уважительное и корректное представление образа в многообразной культурной среде. Остальные варианты касаются организационных и стилистических аспектов, но не отражают основной этической функции.
			ИУК-5.2. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп	*Прочитайте задания и ответьте на вопросы*	**Расположите этапы формирования имиджа публичного субъекта в межкультурной коммуникации в логической последовательности.** 1. Адаптация визуальных и речевых элементов имиджа с учётом культурных особенностей целевых групп 2. Определение цели формирования имиджа и характеристик целевой аудитории 3. Сбор и анализ информации о культурных ценностях, нормах и традициях различных социальных групп 4. Оценка восприятия сформированного имиджа и корректировка стратегии	**Какие действия свидетельствуют о способности специалиста осознанно учитывать культурные особенности при формировании имиджа?** а) Анализ культурных ценностей и традиций целевых групп перед разработкой имиджевой стратегии б) Адаптация вербальных и визуальных элементов имиджа под особенности аудитории в) Игнорирование культурных различий ради сохранения единого корпоративного стиля г) Использование универсальных символов без проверки их культурной интерпретации д) Оценка возможных рисков межкультурного недопонимания **Правильные ответы:** А, Б, Д **Обоснование (образец):** Профессиональная работа с имиджем предполагает изучение культурных особенностей аудитории, адаптацию коммуникации и прогнозирование возможных рисков недопонимания. Игнорирование культурных различий или использование

					Правильный порядок: 2 → 3 → 1 → 4 **Краткое обоснование (образец):** Сначала определяется цель и аудитория. Затем собирается и анализируется информация о её культурных особенностях. После этого осуществляется адаптация имиджевых элементов, и на завершающем этапе оценивается восприятие образа и вносятся корректировки.	символов без анализа их значения может привести к искажению восприятия и снижению эффективности коммуникации.
			ИУК-5.3. Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных	*Прочитайте задания и ответьте на вопросы*	**Ситуация** Организации необходимо разработать серию имиджевых материалов о социальном проекте, направленном на разные целевые группы: молодёжь, представителей старшего поколения и профессиональное сообщество. Материалы планируется разместить на сайте организации, в аналитическом разделе корпоративного издания и в формате авторской колонки руководителя проекта. **Задание** Опишите, как следует выстроить работу с форматами и стилем имиджевой коммуникации в данной ситуации с учётом социокультурных особенностей различных групп. В ответе укажите: • какие форматы целесообразно использовать для каждой площадки; • чем будет отличаться подача одного и того же проекта для разных аудиторий; • какие элементы (ценностные акценты,	**Ситуация** Специалист по коммуникациям подготовил имиджевый материал о государственном органе, акцентируя внимание на его эффективности и результативности. Однако в тексте практически отсутствует упоминание исторического контекста деятельности органа, традиций взаимодействия с обществом и социокультурных особенностей региона. Перед специалистом стоит задача доработать материал с учётом требований к уважительному представлению общественных и культурных ценностей. **Задание** Опишите, какие решения необходимо принять при переработке материала. В ответе укажите: • какие элементы требуют дополнения или пересмотра; • как следует учитывать исторический и культурный контекст; • каким образом это повлияет на имидж организации. Образец ответа (студенческий вариант)

			традиций мира		язык, визуальные образы) необходимо адаптировать с уважением к культурным и социальным особенностям адресатов. **Образец ответа (студенческий вариант)** Для сайта организации уместен информационный формат, где проект представлен чётко и структурированно: цели, этапы, результаты. Здесь важно использовать нейтральный, понятный язык и подчеркнуть общественную значимость инициативы. В аналитическом разделе можно раскрыть социальный и культурный контекст проекта, показать его связь с историческими традициями или актуальными общественными запросами. Для профессионального сообщества важно использовать аргументированную подачу и корректные термины. В авторской колонке руководителя допустима более личная интонация, однако необходимо проявлять уважение к ценностям разных поколений и социальных групп, избегая обобщений и стереотипов. Учет культурных различий в языке, примерах и символике позволяет формировать имидж проекта как социально ответственного и открытого к диалогу.	В текущем виде материал носит преимущественно отчётный характер и сосредоточен на показателях эффективности. Для соответствия задачам имиджевой коммуникации необходимо дополнить текст элементами исторического контекста, показать преемственность деятельности органа и его вклад в развитие региона. Также важно учитывать культурные особенности аудитории: использовать корректные формулировки, избегать категоричных оценок и продемонстрировать уважение к традициям и общественным ценностям. Такая доработка позволит сформировать более устойчивый и социально ответственный имидж, основанный не только на результатах деятельности, но и на уважении к историческому и культурному наследию.
			ИУК-5.4. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию;	*Прочитайте вопрос, выберите правильный ответ и обоснуйте выбор*	**Вопрос:** Какой этап формирования имиджа предполагает осознанный выбор ценностных ориентиров и их соотнесение с общественными ожиданиями?	**Задание:** Расположите этапы формирования имиджа в логической последовательности. 1. Разработка имиджевой стратегии и инструментов коммуникации 2. Анализ социокультурной среды и ожиданий целевых групп

			аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного		а) Разработка визуальных атрибутов и символики б) Анализ целевой аудитории и социокультурного контекста в) Определение базовых ценностей и смыслового ядра имиджа г) Распространение имиджевых сообщений через медиаканалы **Правильный ответ:** В **Обоснование (образец):** Формирование имиджа начинается не с внешних атрибутов или каналов коммуникации, а с определения ценностного основания и смыслового ядра образа. Именно на этом этапе происходит выбор гражданской позиции и мировоззренческих ориентиров, которые затем транслируются аудитории.	3. Формирование ценностного ядра и ключевых смыслов имиджа 4. Оценка эффективности и корректировка имиджевых решений **Правильный порядок:** 2 → 3 → 1 → 4 **Краткое обоснование (студенческий вариант):** Сначала необходимо проанализировать социокультурную среду и ожидания аудитории. Затем формируется ценностное ядро имиджа. На его основе разрабатываются конкретные коммуникационные решения. После реализации стратегии проводится оценка её эффективности и при необходимости корректировка.

Критерии оценивания диагностической работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	от 90 до 100 % правильно выполненных заданий
хорошо	от 70 до 89 % правильно выполненных заданий
удовлетворительно	от 50 до 69 % правильно выполненных заданий
неудовлетворительно	менее 50 % правильно выполненных заданий