Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.10.2026 15:55:15
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f4398

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 учебной дисциплине:
ИМИДЖИОЛОГИЯ

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриат)

Направление\профиль:
«PR технологии и цифровые коммуникации»

Формы обучения: очная, заочная

Москва

Фонд оценочных средств для дисциплины «Имиджиология». Направление подготовки/специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «PR технологии и цифровые коммуникации» / Е.Ю. Дворак – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова

Фонд оценочных средств является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины.

Разработчик: Е.Ю. Дворак

Заведующий кафедрой:  / Ю. В. Шуйская

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

Настоящий Фонд оценочных средств (ФОС) по «Имиджиология». является неотъемлемым приложением к рабочей программе дисциплины (РПД) ««Имиджиология». 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,	Вопросы для подготовки к зачету/зачету с

		необходимыми для дальнейшего освоения образовательной программы подготовки	оценкой/экзамену

3. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Сопроводительная информация.

Разработчик	Дворак Е.Ю.
Кафедра	Журналистики, медиакоммуникаций и рекламы
Наименование дисциплины	«Имиджиология».
Факультет / институт	Международный институт журналистики, телевидения и медиакоммуникаций
Направление подготовки / специальность	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Количество вопросов в оценочных заданиях (диапазон)	15
Общее время тестирования (мин)	90
Общее количество вопросов/заданий в ФОС	От 10 до 20
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
ПК-2	Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	**ИПК-2.1 Знать** маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента **ИПК-2.2 Уметь** интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций **ИПК-2.3 Владеть** навыками выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации

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.

Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких правильных ответов из предложенных.

Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.

Тема	**Код и формулировка компетенции**	**Индикаторы достижения компетенции**	**Тест по теме**
Тема 1. Имиджелогия как наука. Имидж в системе коммуникации	ПК-2 Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	**ИПК-2.1 Знать** маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента	1) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Что такое имидж? A. официальная должность B. набор документов C. целенаправленно созданный образ D. уровень зарплаты КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: C

2) *<u>Тип задания 2.</u> Задания закрытого типа на установление последовательности.*

Установите последовательность этапов формирования персонального имиджа:

1) Корректировка и закрепление
2) Определение целевой аудитории
3) Анализ текущего имиджа
4) Разработка стратегии
5) Реализация имиджевых мероприятий
6) Мониторинг результатов

Запишите верный порядок (цифрами) слева направо

КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ:

3	2	4	5	6	1

3) *<u>Тип задания 3.</u>* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных.

Вопрос: Какой вид имиджа формируется у человека?

A. корпоративный
B. персональный
C. товарный
D. территориальный

КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: В

4) *<u>Тип задания 1</u>. Задания закрытого типа на установление соответствия.*

Термин		**Определение**	
1	Имиджеология	А	Специалист по созданию управлению имиджем.
2	Имидж	Б	Устойчивое мнение о субъект складывающееся на осно реальных действ и опыта.

			3 Имиджмейкинг В Наука закономерностях формирования функционирован имиджа. 4 Имиджмейкер Г Целенаправленно созданный обр субъекта, влияющий восприятие аудитории. 5 Репутация Д Деятельность по созданию, продвижению и коррекции имиджа. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ 1 В 2 Г 3 Д 4 А 5 Б
Тема 2. Объекты и методы формирования имиджа. Виды имиджей	**ПК-2** Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	**ИПК-2.1 Знать** маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента	5) *Тип задания 3*. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: абитарный имидж — это имидж, создаваемый: A. голосом B. одеждой и внешностью C. интерьером D. жестами КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: D 6) *Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.* Установите последовательность этапов имиджмейкинга: 1) Реализация 2) Сбор информации о клиенте 3) Контроль и корректировка 4) Постановка цели 5) Разработка образа 6) Выбор средств

<table>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ:
<table><tr><td>2</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>1</td><td>3</td></tr></table>
7) <u>Тип задания 1</u>. Задания закрытого типа на установление соответствия.
<table><tr><th colspan="2">Термин</th><th colspan="2">Определение</th></tr><tr><td>1</td><td>Внешний вид</td><td>А</td><td>Невербальное средство, выражающее эмоции.</td></tr><tr><td>2</td><td>Мимика</td><td>Б</td><td>Оформление пространства вокруг субъекта.</td></tr><tr><td>3</td><td>Голос</td><td>В</td><td>Одежда, причёска, уход за собой.</td></tr><tr><td>4</td><td>Интерьер</td><td>Г</td><td>Тембр, интонация, громкость, темп речи.</td></tr><tr><td>5</td><td>Аксессуары</td><td>Д</td><td>Детали образа: сумка, часы, украшения, портфель.</td></tr></table>
КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ
<table><tr><td>1</td><td>В</td></tr><tr><td>2</td><td>А</td></tr><tr><td>3</td><td>Г</td></tr><tr><td>4</td><td>Б</td></tr><tr><td>5</td><td>Д</td></tr></table>
8) <u>Тип задания 3</u>. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных.
Вопрос: Самопрезентация — это:
A. управление впечатлением о себе
B. ведение бухгалтерии
C. составление графика
D. закупка товара

КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А</td>
</tr>
<tr>
<td>Тема 3. Имидж бренда, его</td>
<td>ПК-2 Способен разрабатыват</td>
<td>ИПК-2.1 Знать маркетингов</td>
<td>9) <u>Тип задания 3.</u> Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного</td>
</tr>
</table>

отличия от репутации	ь маркетинговые стратегии для продукции СМИ	ые технологии и технологии бренд-менеджмента	правильного ответа из предложенных. Вопрос: Корпоративный имидж — это образ: A. отдельного человека B. города C. организации D. страны КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: С 10) *Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.* Установите последовательность этапов самопрезентации: 1) Установление контакта 2) Анализ аудитории 3) Завершение и закрепление впечатления 4) Определение цели 5) Подача информации 6) Подготовка Запишите верный порядок (цифрами) слева направо КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 4 2 6 1 5 3 11) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Стереотип в имиджеологии — это: A. точное знание B. устойчивое упрощённое представление C. научный факт D. юридический термин КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: В

<table>
<tr>
<td>Тема 4. Имиджмейкер как профессия.</td>
<td>ПК-2 Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ</td>
<td>ИПК-2.1 Знать маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента</td>
<td>
12) <u>Тип задания 2.</u> Задания закрытого типа на установление последовательности
Установите последовательность этапов анализа имиджа организации:
1) Интерпретация данных
2) Определение критериев
3) Сбор данных
4) Разработка рекомендаций
5) Постановка задач
6) Сравнение с конкурентами

Запишите верный порядок (цифрами) слева направо

КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ
<table>
<tr><td>5</td><td>2</td><td>3</td><td>6</td><td>1</td><td>4</td></tr>
</table>

13) <u>Тип задания 1.</u> Задания закрытого типа на установление соответствия.
<table>
<tr><th colspan="2">Вид имиджа</th><th colspan="2">характеристика</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Габитарный</td><td>А</td><td>Формируется через речь, голос, манеру говорить.</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Кинетический</td><td>Б</td><td>Создаётся одеждой, причёской, внешностью.</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Вербальный</td><td>В</td><td>Складывается через жесты, мимику, позы, походку.</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Средовой</td><td>Г</td><td>Создаётся предметами, сувенирами, документами, продуктами.</td></tr>
<tr><td>5</td><td>Овеществленный</td><td>Д</td><td>Формируется окружающей средой, интерьером, пространством.</td></tr>
</table>

КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ
<table>
<tr><td>1</td><td>Б</td></tr>
</table>
</td>
</tr>
</table>

			2 В 3 А 4 Д 5 Г 14) *Тип задания 4.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор двух правильных ответов из предложенных. Вопрос: Какие виды имиджа выделяют по способу формирования? 1) финансовый 2) габитарный 3) налоговый 4) кинетический 5) логистический 6) производственный КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2,4 15) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Функция имиджа, связанная с привлечением внимания: A. аттрактивная B. защитная C. адаптивная D. статусная КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А

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

5. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета/зачета с оценкой/экзамена.

5.1. Вопросы к зачету/зачету с оценкой/экзамену:

1. Имиджеология как наука: предмет, объект и задачи изучения.
2. Понятие имиджа: сущность, структура и основные характеристики.
3. Соотношение понятий «имидж», «репутация», «образ» и «стереотип».
4. Основные функции имиджа: аттрактивная, статусная, защитная, адаптивная, коммуникативная.
5. Виды имиджа: персональный, корпоративный, товарный, территориальный, политический.
6. Персональный имидж: понятие, структура и факторы формирования.
7. Габитарный имидж: роль внешности, одежды и аксессуаров.
8. Кинетический имидж: жесты, мимика, позы, походка.
9. Вербальный имидж: речь, голос, интонация, речевые стратегии.
10. Средовой и овеществленный имидж: характеристика и примеры.
11. Корпоративный имидж: понятие, элементы и этапы формирования.
12. Имидж руководителя и лидера: особенности создания и поддержания.
13. Самопрезентация личности: цели, стратегии и тактики управления впечатлением.
14. Имиджмейкинг как деятельность: этапы, методы и инструменты.
15. Технологии формирования имиджа в бизнесе и политике.
16. Роль СМИ и социальных сетей в формировании имиджа.
17. Имидж территории и страны: структура и механизмы продвижения.
18. Управление репутацией: мониторинг, анализ обратной связи, корректировка.
19. Кризисные коммуникации и защита имиджа в конфликтных ситуациях.
20. Этика имиджевой деятельности: границы воздействия и ответственность

Критерии оценивания зачета с оценкой/экзамена:

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
не зачтено	Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; не владение понятийным аппаратом дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу.

Критерии оценивания зачета с оценкой/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

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