

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет физической культуры



В.Г. Шилько

« 22 » 02 20 22 г.

**Оценочные материалы дисциплины  
ИМИДЖ И ЭТИКЕТ**

по направлению подготовки 49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм

Направленность (профиль) подготовки / специализация:  
«Разработка и управление программами в рекреации и туризме»

Форма обучения

**Очная**

Квалификация

**Бакалавр**

Год приема

**2021**

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОЦОП

\_\_\_\_\_  
И. В. Капилевич

Председатель УМК

\_\_\_\_\_  
Ю.А. Карвунис

**Оценочные материалы дисциплины (ОМД)** являются элементом системы оценивания сформированности компетенций у обучающихся в целом или на определенном этапе ее формирования.

Оценочные материалы дисциплины разрабатываются в соответствии с рабочей программой дисциплины (РПД) и включают в себя набор материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине/модулю/практике.

### **1. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины «Имидж и этикет» у обучающегося формируются следующие *компетенции*:

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

– ОПК 4 Способен в процессе физкультурно-спортивной деятельности воспитывать у занимающихся социально-значимые личностные качества, проводить профилактику негативного социального поведения

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

– ИОПК 4.1 Проектирует и реализует программы, направленные на воспитание у обучающихся социально-значимых личностных качеств;

– ИОПК 4.2 Проектирует ситуации и события, способствующие профилактике негативного социального поведения.

Код и наименование *результатов обучения* (планируемые результаты обучения):

– ОР-4.1.1 Обучающийся будет знать концепцию, слагаемые и типы имиджа; - составляющие внутреннего и внешнего корпоративного имиджа, способы их построения;

– ОР-4.1.2 Обучающийся будет знать структуру и факторы персонального имиджа;

- способы и средства создания персонального имиджа, сущность и специфику культурной (этикетной) жизни общества и личности, особенности этикета как технологии толерантности в современном обществе;

– ОР-4.2.1 Обучающийся сможет диагностировать отдельные характеристики фирмы и персоны в целях проектирования имиджа;

– ОР-4.2.2 Обучающийся сможет анализировать имидж личности и предприятия;

использовать технологии имиджирования.

– ОР-4.2.3 Обучающийся сможет выстраивать социальные и культурные взаимодействия на базе этикетных знаний

Таблица 1

## Критерии оценивания результатов обучения на зачёте

Компетенция	Индикатор компетенции	Код результатов обучения	Критерии оценивания результатов обучения	
			<i>не зачтено</i>	<i>зачтено</i>
ОПК 4	ИОПК 4.1	ОР-4.1.1	отсутствие знаний или фрагментарные и несистематизированные знания о концепции, слагаемых и типах имиджа, составляющих внутреннего и внешнего корпоративного имиджа, способах их построения	полное знание программного материала о о концепции, слагаемых и типах имиджа, составляющих внутреннего и внешнего корпоративного имиджа, способах их построения
		ОР-4.1.2	отсутствие знаний или фрагментарные и несистематизированные знания программного материала о структуре и факторах персонального имиджа; - способах и средствах создания персонального имиджа, сущность и специфику культурной (этикетной) жизни общества и личности, особенности этикета как технологии толерантности в современном обществе	полное знание программного материала о структуре и факторах персонального имиджа; - способах и средствах создания персонального имиджа, сущность и специфику культурной (этикетной) жизни общества и личности, особенности этикета как технологии толерантности в современном обществе

## Критерии оценивания результатов обучения на экзамене

Компетенция	Индикатор компетенции	Код результатов обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
			<i>неудовлетворительно</i>	<i>удовлетворительно</i>	<i>хорошо</i>	<i>отлично</i>
ОПК 4	ИОПК 4.2	ОР-4.2.1	отсутствие знаний и умений диагностировать отдельные характеристики фирмы и персоны в целях проектирования имиджа	фрагментарные и несистематизированные знания и умения диагностировать отдельные характеристики фирмы и персоны в целях проектирования имиджа	наличие несущественных ошибок при демонстрации знаний и умений диагностировать отдельные характеристики фирмы и персоны в целях проектирования имиджа	знания и умения диагностировать отдельные характеристики фирмы и персоны в целях проектирования имиджа
		ОР-4.2.2	отсутствие знаний и умений анализировать имидж личности и предприятия; использовать технологии имиджирования	фрагментарные и несистематизированные знания и умения анализировать имидж личности и предприятия; использовать технологии имиджирования	наличие несущественных ошибок при демонстрации знаний и умений анализировать имидж личности и предприятия; использовать технологии имиджирования	знания и умения анализировать имидж личности и предприятия; использовать технологии имиджирования
		ОР-4.2.3	отсутствие знаний и навыков выстраивать социальные и культурные взаимодействия на базе этикетных знаний	фрагментарные и несистематизированные знания и навыки выстраивать социальные и культурные взаимодействия на базе этикетных знаний	наличие несущественных ошибок при демонстрации знаний и навыков выстраивать социальные и культурные взаимодействия на базе этикетных знаний	знания и навыки выстраивать социальные и культурные взаимодействия на базе этикетных знаний

## 2. Этапы формирования компетенций и виды оценочных средств

Таблица 3

№	Этапы формирования компетенций (разделы дисциплины)	Код результатов обучения	Вид оценочного средства (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.)
	<i>Раздел 1. Имиджелогия</i>		
1	Тема 1. Имиджелогия, как наука, искусство и практическая деятельность.	ОР-4.1.1 ОР-4.1.2 ОР-4.2.1 ОР-4.2.2 ОР-4.2.3	тест, задание
2	Тема 2. Имидж: сущность и структура	ОР-4.1.1 ОР-4.1.2 ОР-4.2.1 ОР-4.2.2 ОР-4.2.3	тест, задание
3	Тема 3. Управление и самоуправление имиджем. Самопрезентация	ОР-4.1.1 ОР-4.1.2 ОР-4.2.1 ОР-4.2.2 ОР-4.2.3	тест, задание
4	Тема 4. Персональная имиджелогия	ОР-4.1.1 ОР-4.1.2 ОР-4.2.1 ОР-4.2.2 ОР-4.2.3	задание, доклад
5	Тема 5. Физиогномика и кинесика как имиджевые стратегии	ОР-4.1.1 ОР-4.1.2 ОР-4.2.1 ОР-4.2.2 ОР-4.2.3	задание
6	Тема 6. Стилистика	ОР-4.1.1 ОР-4.1.2	задание, ситуационные задачи (кейсы)
7	Тема 7. Речь и ее значение в создании имиджа	ОР-4.1.1 ОР-4.1.2	задание, ситуационные задачи (кейсы)
8	Тема 8. Роль этикета в формировании имиджа	ОР-4.1.1 ОР-4.1.2	задание, ситуационные задачи (кейсы)
	<i>Раздел 2. Этикет и гостеприимство</i>		
1	Тема 1. Введение в этикет. Этикет: определение, происхождение, виды этикета. Из истории этикета	ОР-4.2.1 ОР-4.2.2 ОР-4.2.3	задание, доклад
2	Тема 2. Современные принципы этикета	ОР-4.2.1 ОР-4.2.2 ОР-4.2.3	тест, задание
3	Тема 3. Культура делового общения и деловой переписки	ОР-4.2.1 ОР-4.2.2 ОР-4.2.3	вопросы, доклад
4	Тема 4. Международный этикет и особенности гостеприимства в различных культурах	ОР-4.2.1 ОР-4.2.2 ОР-4.2.3	вопросы, доклад, ситуационные задачи (кейсы)
5	Тема 5. Введение в гостеприимство. Основные понятия и терминология. История	ОР-4.2.1 ОР-4.2.2	

	гостеприимства.	ОР-4.2.3	
6	Тема 6. Индустрия гостеприимства	ОР-4.2.1 ОР-4.2.2 ОР-4.2.3	тест, задание
7	Тема 7. Столовый этикет и гостеприимство	ОР-4.2.2 ОР-4.2.3	тест, задание
8	Тема 8. Сервис в гостеприимстве	ОР-4.2.1 ОР-4.2.2 ОР-4.2.3	тест, задание
9	Тема 9. Праздничный и подарочный этикет	ОР-4.2.1 ОР-4.2.2	тест, задание

### 3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки образовательных результатов обучения

#### 3.1. Типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости

##### *Примеры тестовых заданий*

Каким знакам индивидуального имиджа соответствует следующая характеристика:

*пространственные условия общения, взаиморасположение собеседников в момент их физического, визуального и иного личного контакта.*

Выберите один ответ:

- a) Такесика
- b) Кинесика
- c) Проксемика
- d) Ольфакторные знаки
- e) Габитус

2. К какой из функций имиджа можно отнести данное пояснение: «Благодаря осознанию своей индивидуальной незаурядности и повышенной коммуникабельности, обретает устойчивое мажорное настроение и уверенность в себе»

Выберите один ответ:

- a) психотерапевтическая
- b) личностно-возвышающая
- c) комфортизация межличностных отношений

3. Совокупность всех представлений индивида о себе, сопряжённая с его отношением к себе или к отдельным своим качествам:

Выберите один ответ:

- a) самосознание
- b) тимбилдинг
- c) самомнение
- d) «Я-концепция»

4. Дейл Карнеги в начале прошлого века вывел правило трех плюсов, которые откроют любую дверь, помогут установить контакт с любым человеком без приложения особых усилий. О каких именно "трех плюсах" идет речь?

Выберите один или несколько ответов:

- a) Compliment
- b) Имя
- c) Улыбка
- d) Деньги
- e) Galstuk
- f) Любовь

#### *Пример задания для самостоятельной работы*

Задание. Написание скрипта для телефонного разговора с клиентом туристского предприятия в соответствии с этикетными нормами делового общения. Шаблон и варианты скриптов прилагаются.

#### *Примерный перечень вопросов и заданий для самостоятельной работы*

##### 1. Имиджелогия

1. Современное значение термина «имидж».
2. Определение имиджа и репутации в отечественной и зарубежной науке.
3. Факторы и компоненты персонального делового имиджа.
4. Необходимость гармонии имиджа и индивидуальности личности.
5. Приемы самоанализа, используемые в имиджировании.
6. Формирование позитивного отношения к себе.
7. Три уровня «Я-концепции».
8. Формулирование жизненных целей и «Я-идеального».
9. Выбор модели внешнего облика в соответствии с идеальным Я.
10. Роль цвета одежды в создании имиджа.
11. Типологии цветового имиджа личности.
12. Типология К.Джексона: «весна», «лето», «зима», «осень».
13. Тесты для диагностики природного цветотипа.
14. Роль одежды в презентации образа.
15. Составляющие кинетического имиджа.
16. основополагающая роль корпоративной философии в формировании имиджа фирмы.
17. Миссия организации.
18. Имиджевые рекламные кампании.

#### *Этикет и гостеприимство*

1. Проблема понятийного определения этикета.
2. Особенности этикета как нормативной системы.
3. Толерантность как принцип современной культуры.
4. Функции этикета.
5. Этикет как способ статусно - ролевой самоидентификации индивидов в обществе.
6. Первые этикетные формы поведения, их связь с верованиями, культурами, обрядами.

7. Принципы разумности и «золотой середины»: их влияние на формирование норм приличий в эпоху античности.
8. Этикет как субкультура высшего сословия.
9. Моральные добродетели рыцаря. Кодекс рыцарской чести.
10. Этикетные требования к поведению леди.
11. Влияние изменений социальной структуры общества и статусных отношений между людьми на формы приличий.
12. Этикет как культурный (символический) капитал.
13. Историческая смена представлений о толерантности в культуре приличий (этикет в истории России).
14. Этикет в Новейшее время, его отличие от предшествующих исторических форм.
15. Современный этикет: единство старого и нового, национального и интернационального.
16. Этикетное поведение как проявление воспитанности и толерантности.
17. Этикетные ситуации: понятие, особенности, типология.
18. Особенности повседневного этикета.
19. Оказиональный этикет.
20. Специфика праздничного этикета.
21. Церемониал как особая этикетная ситуация.
22. Взаимодействие этикета с культурой внешности человека.
23. Социально-культурные функции вещей из предметного окружения человека. Значение вещей в современной этикетной культуре.
24. Деловое знакомство: представления, рукопожатия.
25. Правила поведения и общения за столом.
26. Деловой протокол и международный этикет.
27. Международный этикет как особый вид современного этикета.
28. Этикетные ситуации международного общения.

### 3.2. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации

**Зачет в первом семестре** проводится в устной форме по билетам. Билет содержит два вопроса. Продолжительность зачета 1,5 часа.

#### *Примерный перечень теоретических вопросов*

1. Определение имиджологии.
2. Ценностные и технологические функции имиджа.
3. Цели имиджологии как науки.
4. Основные задачи имиджмейкера как специалиста по конструированию имиджа.
5. Понятие самопрезентации и имиджирования.
6. Базовая модель технологии имиджирования.
7. Характеристика имиджа делового человека.
8. Характеристика женского делового имиджа.
9. Политический имидж – понятие и структура.
10. Правила формирования политического имиджа. Основные имиджевые качества политика.
11. Классификация знаков индивидуального имиджа.



12. Понятие физиогномики, её значение в формировании имиджа.
13. Понятие кинесики, её значение в формировании имиджа.
14. Понятие проксемики, её значение в формировании имиджа.
15. Особенности национальных жестов.
16. Понятие стилистики и стиля.
17. Цветовая гамма одежды. Характеристика цветовой гаммы, рекомендуемой в деловом стиле.
18. Значение речи в создании имиджа.
19. Методы изложения материала. Цели публичной речи.

Результаты зачета определяются оценками «зачтено» и «не зачтено». Оценка «зачтено» ставится в случае демонстрации студентом полного знания программного материала по каждому вопросу и наличия умений и навыков, которые обозначены в этих вопросах. Допустимо наличие не более двух несущественных ошибок в ответе. Оценка «не зачтено» ставится в случае принципиальных ошибок в ответе на каждый вопрос, или при отсутствии ответа на один вопрос.

**Экзамен во втором семестре** проводится в устной форме по билетам. Экзаменационный билет состоит из двух вопросов, каждый из которых соответствует индикаторам компетенций (ИОПК 4.1 и ИОПК 4.2). Продолжительность экзамена 1,5 часа.

*Примерный перечень теоретических вопросов*

1. Имидж, трактовка понятия в России и за рубежом.
2. Правила формирования политического имиджа. Основные имиджевые качества политика.
3. Мужской деловой имидж. Характеристика одежды и аксессуаров.
4. Классификация знаков индивидуального имиджа.
5. Понятие кинесики, её значение в формировании имиджа.
6. Характеристика основных жестов и мимики.
7. Понятие проксемики, её значение в формировании имиджа.
8. Пространственные зоны в коммуникации.
9. Особенности национальных жестов.
10. Базовые эмоции человека и их отражение в коммуникации.
11. Понятие стилистики и стиля.
12. Значение речи в создании имиджа.
13. Этикет в коммуникации – личное общение, телефонный этикет, письма, визитные карточки. Этикет в сети Интернет.
14. Элементы корпоративного имиджа.
15. Тимбилдинг и его значение.
16. Ортобиотика как наука и ее практическая значимость в формировании имиджа личности.
17. Практическое использование знаний по имиджелогии при трудоустройстве на работу.

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценка «отлично» ставится в

случае демонстрации студентом полного знания программного материала по каждому вопросу и наличия умений и навыков, которые обозначены в этих вопросах. Допустимо наличие не более двух несущественных ошибок в ответе. Оценка «хорошо» ставится в случае наличия несущественных ошибок в ответе на каждый вопрос, или при допущении одной принципиальной ошибки. Оценка «удовлетворительно» ставится в случае принципиальных ошибок в ответе на каждый вопрос, или при отсутствии ответа на один вопрос. Оценка «неудовлетворительно» ставится при отсутствии знаний программного материала по каждому вопросу и при отсутствии умений и навыков, которые обозначены в этих вопросах.

#### **4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов обучения**

4.1. Методические материалы для оценки текущего контроля успеваемости  
Текущий контроль успеваемости фиксируется в соответствующих заданиях электронных учебных курсов, размещённых в LMS Moodle. Каждое задание сопровождается методическими указаниями. Сроки выполнения практических заданий определяются объёмом и сложностью работы. Оценивание ответов обучающихся проводится как с использованием классической 5-балльной шкалы оценивания, так и с использованием прочих шкал (0-1 балл, 0-1-2 балла, 0-1-3 балла или 10-балльная шкала).

4.2. Методические материалы для проведения промежуточной аттестации  
Дисциплина преподаётся в течение двух семестров (в седьмом семестре аттестация проходит в форме зачёта, в восьмом – в форме экзамена). Как зачёт, так и экзамен по дисциплине включает в себя вопросы и задания по программному материалу. Студенты допускаются к промежуточной аттестации при условии сдачи всех контрольных заданий. Аттестация по учебной дисциплине состоит из теоретического собеседования.

Студент обязан явиться к началу аттестации определённому расписанием, и предъявить преподавателю зачётную книжку. Студенты, уличённые в использовании запрещённой литературы (учебники, лекции, конспекты и др.), а также технических средств (телефон, компьютер и др.), удаляются с зачёта / экзамена. После проведения аттестации в ведомость и зачётную книжку выставляется положительная итоговая оценка. Оценка «не зачтено» или «неудовлетворительно» проставляется только в ведомость. Неявка отмечается в ведомости словом «не явился». Не позднее следующего дня после аттестации заполненная ведомость или разрешение сдаётся преподавателем в деканат.