

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Имиджелогия

Код модуля
1158240

Модуль
Коммуникационные технологии в гостиничном
бизнесе

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Калюжная Екатерина Геннадьевна	кандидат педагогических наук, без ученого звания	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта

Согласовано:

Управление образовательных программ

С.А. Иванченко

Авторы:

- Калюжная Екатерина Геннадьевна, Доцент, управления в сфере физической культуры и спорта

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Имиджология

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	4	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Экзамен	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1
		Проектный продукт	1
		Тезисы	1
		Кейс-анализ	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Имиджология

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ОПК-5 -Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества,	З-2 - Характеризовать роль и механизм межведомственного взаимодействия и социального партнерства в достижении целей организации и решении профессиональных задач П-2 - Решать поставленные задачи, относящиеся к области профессиональной деятельности, опираясь на принципы и используя различные формы межведомственного	Кейс-анализ Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач	взаимодействия и социального партнерства	
ПК-2 -Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонам	П-1 - Разрабатывать модели взаимодействия с целевыми аудиториями П-2 - Выбирать наиболее эффективные средства онлайн и офлайн-продвижения компании У-2 - Оценивать положение компании на рынке и варианты ее развития	Домашняя работа Лекции Практические/семинарские занятия Проектный продукт Тезисы Экзамен
ПК-5 -Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонам	З-3 - Соотносить ценности аудитории и гостиничной организации для установления взаимосвязей П-2 - Выбирать наиболее эффективные средства продвижения компании У-2 - Оценивать положение компании на рынке и варианты ее развития	Домашняя работа Лекции Практические/семинарские занятия Проектный продукт Тезисы Экзамен

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>тезисы</i>	4,4	30
<i>контрольная работа</i>	4,11	70
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.4		
Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.6		

2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	4,6	15
<i>кейс-анализ</i>	4,9	15
<i>проектный продукт</i>	4,14	70
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям–нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– не предусмотрено		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям –		

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)

3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Природа имиджа. Имидж как система и как процесс.
2. Корпоративный имидж в сфере гостеприимства.
3. Персональная имиджология.
4. Технологии управления профессиональным имиджем работника сферы гостиничного сервиса.
5. Эффективная самопрезентация в профессиональной деятельности.

LMS-платформа

1. не предусмотрено

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

1. Понятие имиджа. Применение технологий рекламы для создания имиджа услуги.
2. Составляющие эффективности имиджа руководителя отеля.
3. Позиционирование отеля средствами имиджевых технологий.

Примерные задания

15.	В основе деятельности по созданию имиджа могут лежать два типа мотивации: А. Экономическая и прагматическая Б. Экономическая и психологическая В. Психологическая и прагматическая
16.	Фасциinations – это: А. Словесное воздействие на людей, при котором потери информации в общении сводятся к минимуму. Б. Визуальное воздействие на людей, при котором потери информации в общении сводятся к минимуму.
17.	Имидж-технология – это : А. Технология самопрезентации. Б. Технология имиджирования, обеспечивающая достижение запрограммированного результата.
18.	Невербальная коммуникация – это А. Общение с помощью слов Б. Общение с помощью слов и знаков В. Общение с помощью знаков
19.	Креативность – это: А. Творческий потенциал человека, коллектива, нации Б. Деловой потенциал человека, коллектива, нации В. Экономический потенциал человека, коллектива, нации
20.	Структура личного имиджа включает в себя: А. Внешний облик, имиджевую символику, социально-ролевые характеристики, индивидуальные личностные свойства Б. Внешний облик, внутренние качества личности, социально-ролевые характеристики, индивидуально-личностные свойства В. Внешний облик, имиджевую символику, социально-ролевые характеристики, профессиональные качества.
21.	Распределите этапы управления личным имиджем в правильном порядке: А. Реализация Б. Корректировка В. Проектирование
22.	Позиционирование – это
23.	Репутация - это: А. Взгляд на что-нибудь, суждение о чем-нибудь, выраженное в словах. Б. Сложившееся общее мнение о достоинствах или недостатках кого-нибудь или чего-нибудь. В. Общепризнанное значение, влияние, компетентность.
24.	Результативность имиджа отражает то: А. Насколько он помогает реализовать конкретные цели Б. Насколько он меняется во времени
25.	Распределите потребности по А. Маслоу в правильном порядке: А. Потребности в самоуважении Б. Потребности принадлежности и любви В. Физиологические потребности Г. Потребности самоактуализации Д. Потребности в безопасности и защите.

LMS-платформа

1. не предусмотрено

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Анализ корпоративного имиджа отеля /гостиницы по алгоритму.

Примерные задания

Задание: презентация персонального имиджа личности (авторитет-ного для вас лица, профессионала в какой-либо сфере или публичного человека, политика, представителя шоу-бизнеса т.д.) по предложенной (на выбор) структуре с обязательным анализом технологий самопрезентации данной личности.

Структура имиджа как суммы имиджей:

габитарный имидж (одежда, причёска, макияж, аксессуары и т. п.);

вербальный имидж (речевые характеристики субъекта имиджа);

кинетический имидж (жесты, походка, экспрессия тела);

коммуникативный имидж (умение общаться);

средовой имидж (характеристики пространства и окружающей среды);

овеществлённый (личная атрибутика, символы социального престижа)

Имидж как сочетание компонентов образа человека:

Фактура

Костюм

Роль

Антураж

Story

Технологии презентации персонального имиджа:

- стилистика
- сторителлинг
- PR-инструменты:

1. Интервью и публикации в СМИ (печатные СМИ, телевидение, радио, мероприятия для прессы), реклама;
 2. Позиционирование в Интернете (официальный сайт, социальные сети, рассылки, онлайн СМИ);
 3. Участие в деловых мероприятиях (форумы и конгрессы, конференции и семинары, круглые столы, выставки и т.п.);
 4. Участие в социальных проектах (спонсорство, благотворительность, волонтерство и т.п.);
 5. Участие и или организация событийных мероприятий (церемонии, приемы, презентации, фестивали, конкурсы).
- индивидуальные способы самопрезентации.

Корпоративный имидж – это одно из средств развития предприятия.

Корпоративный имидж – это образ-представление об организации в сознании целевой аудитории, совокупность характеристик, дающих представление о деятельности организации.

Компоненты (могут быть вариативны для каждой организации) корпоративного имиджа:

- корпоративная философия (воплощение идеологии организации, идея, глобальное предназначение организации «для чего?») и
- миссия (смысл существования организации, ценностное предназначение)
- позиционирование (специфика организации, отличие, «непохожесть» организации от подобных)
- мифология организации (традиции, легенды и т.п.)
- организационная культура (ценности, убеждения, нормы, стиль и способы взаимодействия персонала, «атмосфера» и т.п.)
- имидж товара, услуги
- имидж руководителя (лидерские и управленческие качества)
- имидж персонала (фирменная одежда, коммуникативные навыки и др.)
- внешняя атрибутика (корпоративный стиль, архитектура, интерьер, цветовая гамма, печатные материалы, элементы делопроизводства и др.)
- бизнес-имидж (репутация организации)

LMS-платформа

1. не предусмотрено

5.2.3. Проектный продукт

Примерный перечень тем

1. Разработка плана имиджевой кампании с учетом специфики индустрии гостеприимства.

2. Имидж отеля как объект моделирования. Алгоритм формирования имиджа.
3. Анализ примеров создания благоприятного и неблагоприятного имиджа в соответствующей профессиональной сфере.
4. Анализ примеров создания благоприятного и неблагоприятного имиджа в соответствующей профессиональной сфере.
5. Персональный имидж отельера.

Примерные задания

1. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
2. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
3. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
4. Проблема визуализации имиджа.
5. Роль цвета в создании имиджа.
6. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
7. Социальный имидж сервисной организации.
8. Бизнес-имидж отеля.
9. Корпоративный имидж и репутация гостиницы.
10. Социокультурные составляющие имиджа современного российского города в контексте индустрии гостеприимства (архитектура, история, символика, реклама, организация пространства, экология и т.п.).

LMS-платформа

1. не предусмотрено

5.2.4. Тезисы

Примерный перечень тем

1. Инструментарий имиджелогии. Современные коммуникативные и имиджевые технологии.
2. Закономерности восприятия человека человеком. Психодинамика имиджа. Самоопределение в профессиональном имидже.
3. Алгоритмы формирования профессионального имиджа. Технологии имиджирования.
4. Технологии управления профессиональным имиджем. Эффективная самопрезентация.

Примерные задания

1. Составить тезисы статьи: Клейман А. А., Бабанчикова О. А. Позитивный имидж как фактор конкурентоспособности гостиничного предприятия // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2010. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pozitivnyy-imidzh-kak-faktor-konkurentosposobnosti-gostinichnogo-predpriyatiya>
2. Составить тезисы статьи: Ежова Т. Н. Формирование имиджа профессий сферы сервиса // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2012. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-imidzha-professiy-sfery-servisa>

3. Составить тезисы статьи : Субботина Е. В. О престижности профессий в индустрии туризма и гостеприимства // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2013. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-prestizhnosti-professiy-v-industrii-turizma-i-gostepriimstva>

LMS-платформа

1. не предусмотрено

5.2.5. Кейс-анализ

Примерный перечень тем

1. Проблемы создания и восприятия имиджа в сфере гостеприимства.
2. Имидж специализированного медиасобытия в сфере гостеприимства.
3. Роль PR-воздействия в эффективных имиджевых коммуникациях в индустрии гостеприимства.
4. Имидж услуги (на примере конкретного отеля)

Примерные задания

Составьте инструментарий для экспресс-опроса (анкета, бланк интервью), целью которого будет изучение отношения гостей к отелю с точки зрения его репутации.

Создайте свой вариант работы с репутацией сервисной организации в кризисных условиях.

Сформулировать ваши представления о миссии, ценностях, принципах деятельности и целях анализируемого отеля как сервисной организации.

Сформулировать миссию, ценности, принципы деятельности и цели проектируемого тематического отеля. Проанализировать представленные проекты.

LMS-платформа

1. не предусмотрено

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Экзамен

Список примерных вопросов

1. Формирование представлений об имидже в культуре постиндустриального общества.
2. Определение имиджа. Дискуссии по определению имиджа.
3. Соотношение имиджмейкинга и PR в разработке и поддержании профессионального имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
4. Персональный имидж: природные предпосылки, психологический аспект. Место «Я-концепции» в характеристике индивидуального имиджа. Структура персонального имиджа.
5. Функциональный аспект имиджа. Функции профессионального имиджа. Функции имиджа организации.
6. Профессиональный имидж как система и как процесс. Формирование имидж-модели специалиста сферы гостиничного сервиса.

7. Профессиональный имидж как объект моделирования. Алгоритм формирования имиджа специалиста сферы гостиничного бизнеса.

8. Способы продвижения профессионального имиджа и технологии управления.

9. Специфика имиджа руководителя гостиничного предприятия.

10. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа организации и профессионального имиджа руководителя организации.

11. Инструментарий имиджологии: средства создания корпоративного имиджа..

12. Инструментарий имиджологии: средства создания профессионального имиджа отельера.

13. Имидж гостиничной услуги.

14. Управление имиджем (на примере отеля).

LMS-платформа

1. не предусмотрено

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Воспитание поликультурности и толерантности	общение в социальных сетях и электронной почте в системах «студент-преподаватель», «группа студентов-преподаватель», «студент-студент», «студент-группа студентов» культурно-просветительская деятельность	Технология «Портфолио работ» Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-2	П-1	Домашняя работа Кейс-анализ Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Проектный продукт Тезисы Экзамен