

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Профессиональный имидж работника сферы сервиса

Код модуля
1161026

Модуль
Профессиональный имидж работника сферы
сервиса

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 Профессиональный имидж работника сферы сервиса

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Зачет	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1
		Тезисы	1
		Эссе	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Профессиональный имидж работника сферы сервиса

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
УК-6 -Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности, выстраивать траекторию профессионального и личностного развития, в том числе с использованием цифровых средств	З-3 - Демонстрировать понимание способов совершенствования собственной деятельности и профессионального развития, в том числе с использованием цифровых средств П-1 - Разрабатывать программу своего профессионального и карьерного развития, в том числе с использованием цифровых средств У-2 - Определять приоритеты собственной деятельности и	Зачет Лекции Практические/семинарские занятия Тезисы Эссе

	выбирать эффективные способы ее совершенствования, в том числе с использованием цифровых средств	
ПК-3 -Способен к управлению изменениями в гостиничном комплексе с учетом факторов внешней и внутренней среды, а также особенностей жизненного цикла предприятия	З-3 - Определяет роль человеческого ресурса в осуществлении планирования, организации и контроля деятельности предприятий сферы гостеприимства П-1 - Разрабатывает рекомендации по совершенствованию сферы деловых коммуникаций, позволяющих эффективно осуществлять обслуживание потребителей гостиничных услуг У-3 - Обосновывает положения теории мотивации, лидерства для решения стратегических и оперативных управленческих задач руководителя гостиничного комплекса	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

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 – 0.2		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>тезисы</i>	3,3	30
<i>домашняя работа</i>	3,8	70
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.4		
Промежуточная аттестация по лекциям – зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.6		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.8		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр,	Максимальная оценка в баллах

	учебная неделя	
<i>контрольная работа</i>	3,14	70
<i>эссе</i>	3,10	30
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		

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. Персональная имиджелогия.
 3. Технологии управления профессиональным имиджем работника сферы сервиса.
 4. Эффективная самопрезентация в профессиональной деятельности.
- LMS-платформа – не предусмотрена

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. Выполнение теста

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.	Фасцинации – 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, индивидуально-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. Общепринятое 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 самоутверждении Б. Потребности принадлежности и любви В. Физиологические потребности Г. Потребности самоактуализации Д. Потребности в безопасности и защите.

Ключ (ответы)

№ п/п	Задание	Ответ
1.	Имидж – это	(от англ. <i>image</i> «образ, «изображение») — искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия.
2.	Установите соответствие:	

<p>1. Текучий имидж 2. Зеркальный имидж 3. Железный имидж 4. Корпоративный имидж 5. Множественный имидж</p>	<p>А. Тип имиджа, к которому мы стремимся. Б. Вариант имиджа, характерный для клиента со стороны. В. Имидж организации в целом Г. Имидж, свойственный нашему представлению о себе Д. Образуется при наличии рядом независимых структур</p>	<p>1. Б. 2. Г. 3. А. 4. В. 5. Д.</p>
<p>3. Субъектом имиджа является:</p>	<p>А. Человек, группа людей или организация, т.е. носитель имиджа. Б. Потребитель (решитель), для которого создается имидж и в представлении которого он существует.</p>	<p>Б</p>
<p>4. Контекстный подход к имиджу означает, что:</p>	<p>А. Имидж частично учитывает условия реализации в соответствующей ситуации. Б. Имидж создается без учета ситуации, в которой он реализуется. В. Имидж должен учитывать условия реализации в соответствии с ситуацией.</p>	<p>В</p>
<p>5. Харизматический имидж – это:</p>	<p>А. Образ, притягивающий к себе окружающих людей благодаря огромной внутренней энергии и содержательной мощи. Б. Образ, созданный для собственного удовлетворения.</p>	<p>А</p>
<p>6. Распределите этапы формирования имиджа в правильном порядке:</p>	<p>А. Кинестетический Б. Габитарный В. Средовой Г. Ощестественный</p>	<p>В, Б, А, Г.</p>
<p>7. Для преодоления когнитивного диссонанса носитель имиджа должен создать образ:</p>	<p>А. Образ Я для себя; Б. Образ Я для других; В. Идеальный образ</p>	<p>Б</p>
<p>8. Габитарный образ – это:</p>	<p>А. Внешний вид. Б. Манера, жесты, стиль речи. В. _____</p>	<p>А</p>
<p>9. Первое впечатление формируется за промежуток времени:</p>	<p>А. От 4 сек. до 5 мин. Б. От 15 сек. до 4 мин. В. От 30 сек. до 2 мин.</p>	<p>Б</p>
<p>10. Психологическая андрогиния – это:</p>	<p>А. Наличие у человека черт, присущих противоположному полу. Б. Наличие у человека черт, которые вызывают симпатию у окружающих.</p>	<p>А</p>
<p>11. Управление имиджем – это:</p>	<p>А. Управление собой Б. Управление людьми В. Управление впечатлениями</p>	<p>В</p>
<p>12. Групповой имидж – это:</p>	<p>А. Обобщенный образ социальной группы, разделяемый представителями другой социальной группы.</p>	<p>А</p>

	Б. Обобщенный образ группы, не разделяемый представителями другой социальной группы. В. Обобщенный образ группы.	
13.	Социальный стереотип – это: А. Повторяющиеся действия людей Б. Устойчивые представления и постоянно повторяющиеся действия людей в обществе	Б
14.	Я-концепция – это: А. Совокупность представлений индивида об окружающем мире. Б. Совокупность представлений индивида о себе.	Б
15.	В основе деятельности по созданию имиджа могут лежать два типа мотивации: А. Экономическая и прагматическая Б. Экономическая и психологическая В. Психологическая и прагматическая	В
16.	Фасцинация – 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.	А
17.	Имидж-технология – это : А. Технология самопрезентации. Б. Технология имиджирования, обеспечивающая достижение запрограммированного результата.	Б
18.	Невербальная коммуникация – это А. Общение с помощью слов Б. Общение с помощью слов и знаков В. Общение с помощью знаков	В
19.	Креативность – это: А. Творческий потенциал человека, коллектива, нации Б. Деловой потенциал человека, коллектива, нации В. Экономический потенциал человека, коллектива, нации	А
20.	Структура личного имиджа включает в себя: А. Внешний облик, имиджевую символику, социально-ролевые характеристики, индивидуально-личностные свойства Б. Внешний облик, внутренние качества личности, социально-ролевые характеристики, индивидуально-личностные свойства В. Внешний облик, имиджевую символику, социально-ролевые характеристики, профессиональные качества.	А
21.	Распределите этапы управления личным имиджем в правильном порядке: А. Реализация Б. Корректировка В. Проектирование	В, А, Б.
22.	Позиционирование – это	комплекс мер, благодаря которым в сознании целевых потребителей данный товар занимает собственное место по отношению к другим аналогичным товарам
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. Общеизвестное значение, влияние, компетентность.	Б

24.	Результативность имиджа отражает то: А. Насколько он помогает реализовать конкретные цели Б. Насколько он меняется во времени	А
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.	В, Д, Б, А, Г.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Технологии управления профессиональным имиджем. Роль PR-воздействия в эффективных имиджевых коммуникациях.
2. Стратегии управления имиджем. Техники создания яркого и узнаваемого образа специалиста в сфере гостиничного сервиса.
3. Конструирование образа и подведения характеристик объекта имиджа под требования аудитории.
4. Мониторинг сформированного профессионального имиджа, способы корректировки и оптимизации текущего имиджа.

Примерные задания

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.3. Тезисы

Примерный перечень тем

1. Инструментарий имиджологии. 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 – не предусмотрена

5.2.4. Эссе

Примерный перечень тем

1. Роль имиджа в истории культуры. Постиндустриальная культура как фактор формирования феномена профессионального имиджа.
2. Культура управленческого общения.
3. Профессиональные требования к имиджу (для конкретной профессии сферы гостиничного сервиса).

4. Природные предпосылки формирования профессионального имиджа?

Примерные задания

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Зачет

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. Профессиональный имидж как система и как процесс. Формирование имидж-модели специалиста сферы гостиничного сервиса.
6. Функциональный аспект имиджа. Функции профессионального имиджа. Функции имиджа организации.
7. Профессиональный имидж как объект моделирования. Алгоритм формирования имиджа специалиста сферы гостиничного бизнеса.
8. Способы продвижения профессионального имиджа и технологии управления.
9. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа организации и профессионального имиджа руководителя организации.
10. Специфика имиджа руководителя гостиничного предприятия.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.