

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Факультет педагогики и психологии

Кафедра психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета к.п.н., доцент Васильева

«23» 09 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

на 2019 / 2020 учебный год

учебной дисциплины

«ОСНОВЫ ИМИДЖЕЛОГИИ»

Направление подготовки:

6.44.04.02 ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Программа магистратуры

«Организационная психология в социальной сфере и образовании»

квалификация (степень) выпускника

МАГИСТР

(2018 год набора)

Форма обучения:

ОЧНАЯ

Тирасполь 2019 г.

Рабочая программа дисциплины «*Основы имиджологии*» /сост.В.И.

Кучерявенко.– Тирасполь: ГОУ ПГУ, 2019 - 15 с.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРЕДНАЗНАЧЕНА ДЛЯ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
ВАРИАТИВНОЙ ЧАСТИ ООП СТУДЕНТАМ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ
ПОДГОТОВКИ 6. 44.04.02 – ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ, ПРОГРАММА
МАГИСТРАТУРЫ «ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПСИХОЛОГИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ И
ОБРАЗОВАНИИ»**

Рабочая программа составлена с учетом Федерального Государственного
образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки - 44.04.02
Психолого-педагогическое образование, утвержденного Приказом Министерства
образования и науки РФ от 12 мая 2016 г.. N 549

Составитель:

Кучерявенко В.И. к.пс.н, доцент



1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основы имиджелогии» является формирование у студентов теоретических знаний в области имиджелогии, практических знаний и навыков в области управления персональным, профессиональным и корпоративным имиджем.

Достижение поставленной цели возможно при решении ряда основных **задач курса**:

- Изучить историю имиджелогии как самостоятельной научно-прикладной дисциплины;
- Выявить роль имиджелогии в современном обществе;
- Рассмотреть основные концепции имиджелогии, содержащие базовые понятия;
- Изучить структуру имиджа, его составляющие;
- Изучить современные типологии имиджа;
- Рассмотреть функции и значения имиджа;
- Изучить инструментарий имиджелогии и методики его использования;
- Рассмотреть роль имиджа в процессах саморазвития, самореализации;
- Раскрыть теоретические аспекты самопрезентации и принципы имиджирования;
- Сформировать навыки создания, использования технологий имиджирования в области персональной и корпоративной имиджелогии;
- Овладеть технологией формирования имиджа для осуществления эффективного менеджмента в организации социальной сферы и образования

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Основы имиджелогии» относится к вариативной части блока Б1 «Дисциплины» ООП и имеет логическую связь с дисциплинами «Технологии деловой коммуникации», «Актуальные проблемы теории и практики современной психологии», «Информационные и коммуникационные технологии в деятельности психолога», «Психология управления» и пр.

Межпредметные связи данного курса состоят с дисциплинами базовой части («Актуальные проблемы теории и практики современной психологии», «Иностранный язык в профессиональной коммуникации»), и с дисциплинами вариативной части («Основы организационного консультирования», «Организационная психология», «Менеджмент в социальной сфере и образовании», «Маркетинг в социальной сфере и образовании» и пр.)

К «входным» знаниям, умениям и компетенциям обучающегося, необходимым при освоении дисциплины «Основы имиджелогии» и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин, предъявляются следующие требования:

- Базовые знания в различных сферах жизни общества (экономика, политика, право, культура, экология, наука, образование, здравоохранение);
- Умение формулировать в устном и письменном виде научные понятия;
- Компетентность в области обработки и представления различных информационных материалов;
- Наличие развитых речевых навыков и богатого словарного запаса;

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК-3	готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
ПК-54	способность организовать межпрофессиональное взаимодействие работников организации, осуществляющей образовательную деятельность
ПК-55	способность определять и создавать условия, способствующие мотивационной готовности всех участников образовательных отношений к продуктивной образовательной деятельности

В результате освоения дисциплины студент должен:

3.1. Знать содержание основных принципов и закономерностей создания и функционирования персонального имиджа работника социальной сферы и образования, а также имиджа организации социальной сферы и образования.

3.2. Уметь составлять программу развития и модификации имиджа личности, организации; программу самопрезентации и самореализации в контексте имиджологии; подбирать соответствующие социально-психологические средства для создания нужного образа; осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности.

3.33 Владеть навыками использования технологии анализа механизмов и составляющих реального имиджа; технологии формирования имиджа для осуществления эффективного менеджмента в организации социальной сферы и образования.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости в з.е./часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов по семестрам:

Семестр	Количество часов						Форма итого- вого контроля
	Трудоемкость, з.е./часы	В том числе					
		Аудиторных				Сам. раб.	
		Всего	Лекций	Лаб. раб.	Практич. зан		
4	2 з.е./72 ч	44	10	-	34	28	Зачет
Итого:	2 з.е./72 ч	44	10	-	34	28	

4.2. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Внеауд. работа (СР)	
			Л	ПЗ	ЛР		
1.	Предмет психологии имиджа.	12	2	6	-	4	
2.	Личностные истоки индивидуального имиджа.	16	2	8	-	6	
3.	Социально-психологические механизмы построения индивидуального имиджа. Имидж как самопрезентация.	26	4	8	-	14	
4.	Групповой имидж. Имидж организации образования и социальной сферы: механизмы формирования.	18	2	12	-	4	
Итого:		72	10	34	-	28	

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности

Лекции

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем час.	Тема лекции	Учебно-наглядные пособия
1.	1	2	Понятие и виды имиджа. Предмет психологии имиджа. Прикладные области психологии имиджа как науки.	презентация Power Point
2	2	2	Составляющие процесса имиджирования. Индуктор (прообраз) как субъект самопредъявления. Реципиент (аудитория) имиджа как субъект восприятия имиджа.	презентация Power Point
3	3	2	Имидж как фактор саморазвития, самореализации и использования творческого потенциала. Коммуникативная составляющая имиджа. Язык как средство формирования имиджа.	презентация Power Point
4.	3	2	Структура индивидуального имиджа как социальной установки и механизмы его формирования.	презентация Power Point
5.	4	2	Имидж организации образования и социальной сферы: механизмы формирования.	презентация Power Point
	Итого:	10		

Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем час.	Тема практического занятия	Учебно-наглядные пособия
1.	1	2	Понятие и виды имиджа. Понятие «имидж», развитие представлений об имидже в истории и в различных науках (философия, социология, психология). Разведение понятий «имидж» и «мнение»; «имидж» и «образ», «имидж» и «репутация» и др. Предмет психологии имиджа. Предмет психологии имиджа как отрасли психологической науки. Место психологии имиджа среди других наук. Цели и задачи психологии имиджа как науки. Предпосылки становления психологии имиджа в рамках общей и социальной психологии, психологии личности.	Уч-методическое пособие, презентация Power Point

2	1	2	Зарубежные подходы к исследованию имиджа: изучение социальных групп и группового поведения, символический интеракционизм, социальный психоанализ, когнитивная психология. Теории А.Адлера, К.Г.Юнга и их применение в психологии имиджа. Идеи Ч.Осгуда и Дж. Келли. Теория публичной идентичности И.Гоффмана. Теория социальных представлений С. Московиси. Мотивационные концепции имиджа. Теории когнитивного соответствия. Процессы категоризации. Понятие о категориальной структуре общественного сознания. Теоретические основы психологии имиджа в отечественной науке: теория образа и теория деятельности, исследования общения, социальной перцепции и социального познания. Системный и деятельностный подходы. Современные концепции: социальной установки, аттракции, управления впечатлением, общественного мнения, имплицитной теории личности, атрибуции и др. Имидж как разновидность социального стереотипа. Системный подход к исследованию имиджа. Прикладные области психологии имиджа. Психология имиджа и имиджелогия. Психология имиджа и психология рекламы. Другие приложения данных психологии имиджа.	Уч-методическое пособие презентация Power Point
3.	1	2	Психологические и социально-психологические функции имиджа. Виды имиджа. Профессиональный и личностный имиджи. Индивидуальный и групповой имиджи. Предметный имидж. Роль имиджа в различных сферах человеческой деятельности и общения. Имидж в маркетинге, рекламе, менеджменте, политике, шоу-бизнесе. Имиджевая регуляция потребительского (покупательского) и политического поведения.	презентация Power Point
4.	2	2	Составляющие процесса имиджирования. Тройственное понимание субъекта имиджа: субъект воспринимающий (реципиент, аудитория), субъект транслирующий (прообраз, индуктор) и субъект формирующий (имиджмейкер). Формирование имиджа как субъект-субъектное взаимодействие. <i>Индуктор</i> (прообраз) как субъект самопредъявления. Осознанное и неосознанное индуцирование имиджа. Активность индуктора в создании своего имиджа. <i>Реципиент</i> (аудитория) имиджа как субъект восприятия имиджа. Активность реципиента в процессе восприятия. Принцип активности восприятия в приложении к восприятию имиджа. Влияние имплицитной теории личности, личностных конструктов, мотивов, установок и стереотипов реципиента на складывающийся образ. Роль имиджмейкера в создании имиджа. Взаимоотношения в системе «заказчик-имиджмейкер», их влияние на конечный продукт. Средства создания	Уч-методическое пособие презентация Power Point

			имиджа.	
5.	2	2	Личность как индуктор имиджа. Личностная и публичная идентичность как истоки имиджа. Типология индукторов имиджа. Теория самомониторинга. Понятие индивидуального стиля самопредъявления. Имидж – «маска» и имидж – самораскрытие. Самопрезентация и самопредъявление личности. Самораскрытие личности в общении как способ формирования имиджа. Глубинные характеристики имиджа. Понятие харизматической личности и харизматического имиджа. Черты харизматической личности. Личностная и публичная идентичность как истоки имиджа. Я-концепция и Я-образ. Взаимоотношения имиджа, Я-реального, Я-идеального и Образа Я у других. Понятие личностной идентичности. Типы идентичности. Личностная и социальная идентичность, их соотношение и взаимодействие. Личностная идентичность и публичная идентичность, их соотношение и взаимодействие. Публичная идентичность и имидж.	Уч-методическое пособие презентация Power Point
6	2	2	Реципиент (аудитория) имиджа: учет его характеристик при построении индивидуального имиджа. Сензитивность к партнеру как качество индуктора, позволяющее ему ориентироваться на характеристики реципиента. Личность как реципиент имиджа. Характеристики личности реципиента, их учет при построении имиджа. Когнитивная сложность/ простота реципиента, его полнезависимость/ полнезависимость, учет этих характеристик при разработке имиджа.	Уч-методическое пособие презентация Power Point
7.	2	2	Малая и большая социальные группы как аудитория имиджа. Массовая аудитория имиджа. Методы психологической сегментации массовой аудитории. Использование фокус-групп для исследования характеристик аудитории имиджа. Совершенствование рефлексивно-перцептивных способностей. Развитие способностей по диагностике и экспрессии эмоционального состояния.	презентация Power Point

8	3	2	Индивидуальный имидж Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение, и имидж, ориентированный на восприятие. Механизмы каузальной атрибуции. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. Закономерности зрительного восприятия лица и фигуры человека. Психологическая характеристика стилей одежды. Применение в имеджмейкинге концепций конституциональной психологии Э.Кречмера и С.Шелдона. Совершенствование рефлексивно-перцептивных способностей. Развитие способностей по диагностике и экспрессии эмоционального состояния. Самопрезентация. Аффективная составляющая имиджа. Аттракция, ее роль в создании имиджа. Позитивный и негативный имидж. Факторы формирования аттракции. Каналы трансляции имиджа: сознание – сознание, сознание – подсознание, подсознание – подсознание, подсознание – сознание, (сознание) – подсознание --- подсознание. Сравнение эффективности различных каналов. Имидж как фактор саморазвития, самореализации и использования творческого потенциала. Коммуникативная составляющая имиджа. Язык и речь как средства формирования имиджа. Факторы восприятия личности в общественном сознании. Критерии эффективности индивидуального имиджа. Навыки высокоэффективных людей (по Стивену Кови).	Уч- методическое пособие презентация Power Point
9	3	2	Структура индивидуального имиджа как социальной установки и механизмы его формирования. Структура социальной установки (аттитюда): когнитивная, аффективная, поведенческая составляющие. Когнитивная составляющая имиджа: «образ Другого» («Ты-концепция»). Механизмы социальной перцепции как основные механизмы формирования имиджа. Механизм стереотипизации как базовый механизм социальной перцепции, его использование для построения имиджа. Механизмы эмпатии, идентификации, социально-психологической рефлексии, каузальной атрибуции, и формирование «образа Другого». Ошибки атрибуции: фундаментальные и мотивационные, их учет при разработке имиджа. Эффекты «ореола», «первичности» и «новизны», их действие в процессе формирования имиджа. Факторы формирования первого впечатления: фактор превосходства, фактор привлекательности, фактор отношения к нам. Средства трансляции каждого фактора. Механизмы социально-психологического влияния в	презентация Power Point

			процессе формирования имиджа. Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение. Самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция. Технологии нейролингвистического программирования. Манипуляции общественным сознанием. Деструктивное влияние манипуляции на личность. Противодействие негативному психологическому воздействию. Этические проблемы деятельности психолога по формированию имиджа клиента. Проблема психологической безопасности рекламных и PR- технологий.	
10	3	2	Формирование имиджа в среде массовой коммуникации. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности. Особенности применения печатных (книги, газеты, журналы) и электронных (радио, телевидение, Интернет) средств массовой информации. Реклама и паблик рилейшенз (PR) как средство формирования образа социальных объектов. Имидж как предмет информационно-психологического противоборства.	Уч- методическое пособие презентация Power Point
11	3	2	Технология создания индивидуального имиджа. «Манипулятивный» и «открытый» имидж. Этапы процесса создания имиджа. Постановка имиджевой цели. Разработка желаемого образа («публичной идентичности»). Анализ имеющихся и необходимых, но отсутствующих качеств для построения желаемого образа («инвентаризация»). Выбор средств самопрезентации и каналов трансляции имиджа. Этапы вхождения в образ: имитационный образ, ролевой образ, жизненный образ, их характеристика. Имидж «дельфина» и «акулы», их характеристика. «Манипулятивный» и «открытый» имидж, сферы их использования и ограничения. Эффективность различных стилей самопредъявления. Стратегии управления индивидуальным имиджем. Виды индивидуальных стратегий: создание массового имиджа; построение целевого имиджа; «креативный взрыв». Использование этих стратегий для различных имиджевых целей. Технические приемы построения эффективного имиджа: техники создания узнаваемого образа; техники формирования позитивного отношения; техники возвышения имиджа.	презентация Power Point
12	4	2	Групповой имидж и его разновидности (национальный имидж, гендерный имидж и др.) Понятие группового имиджа. Содержательные элементы группового имиджа. Особенности группового имиджа. Взаимодействие индивидуального и группового имиджей (эксперименты Тэжфела – Тернера). Механизмы формирования группового имиджа. Роль механизмов межгруппового восприятия в	Уч- методическое пособие презентация Power Point

			формировании группового имиджа. Механизм стереотипизации как базовый механизм формирования группового имиджа. Возможности целенаправленного влияния группы на содержание своего имиджа, причины ограничения такого влияния. Национальные и гендерные стереотипы. Этностереотипы, методы их исследования. Гендерные стереотипы. Понятие доминантного и субдоминантного стереотипа. Поляризация фемининного и маскулинного имиджей. Прочность гендерных имиджей.	
13	4	2	Корпоративный имидж и корпоративная культура. Понятие корпоративного имиджа. Организация как индуктор корпоративного имиджа. Персонификация как механизм формирования имиджа организации. Корпоративный имидж и групповой имидж. Внутренний и внешний имидж организации, необходимость их единства как основы корпоративного имиджа.	<i>презентация Power Point</i>
14	4	2	Роль личности руководителя в формировании корпоративного имиджа. Ориентация корпоративного имиджа на восприятие. Цель создания корпоративного имиджа, функции корпоративного имиджа. Имидж и позиционирование организации.	<i>презентация Power Point</i>
15	4	2	Корпоративная культура как основа имиджа организации. Структура корпоративной культуры. Роль легенды и миссии. Факторы, влияющие на корпоративную культуру. Виды корпоративных культур, их влияние на имидж организации. Методы модификации (развития) корпоративной культуры.	<i>Уч- методическое пособие презентация Power Point</i>
16	4	2	Имидж организации образования. Исторический подход к проблематике имиджа образовательной организации. Сущность, значение, виды и типы имиджа, структура, механизм формирования и способы построения имиджа образовательной организации.	<i>презентация Power Point</i>
17	4	2	Технологии формирования имиджа для осуществления эффективного менеджмента в организации социальной сферы и образования.	<i>Уч- методическое пособие презентация Power Point</i>
	Итого:	34		

Самостоятельная работа студентов

Раздел дисциплины	№ п/п	Тема и вид СРС	Трудоемкость (в часах)
Раздел 1	1	Вид СРС 1. Работа с материалом из учебно-методического пособия «Имиджелогия. Как нравиться людям»// В.М. Шепель., М.- 2002 . (Глава «Имидж как научное понятие (Санатулова А.Ш.))	4
Раздел 2	1	Вид СРС 1. Подготовка ответов на контрольные вопросы: 1) Что такое сензитивность к партнеру? Как она влияет на эффективность имиджа? 2) Зачем нужно учитывать особенности личности реципиента при построении имиджа? 3) Какие характеристики личности реципиента влияют на восприятие ими имиджа индуктора? 4) Что такое когнитивная сложность/ простота? Как это качество влияет на восприятие других людей? 5) Что такое полезависимость/ полenezависимость, как она влияет на восприятие имиджа? 6) В чем особенность малой группы как аудитории имиджа? 7) В чем особенность большой группы как аудитории имиджа? 8) Какие вы знаете методы психологической сегментации массовой аудитории? 9) Для чего используется метод фокус-групп и в чем он состоит?	6
Раздел 3	1	Вид СРС 1. Подготовка ответов на контрольные вопросы: 1) Что такое ошибки иллюзорных корреляций? Почему их нужно анализировать и учитывать при проектировании имиджа? 2) Какие вы знаете закономерности восприятия тела, лица, фигуры, одежды человека? 3) Что такое аттракция и какова ее роль в создании имиджа? 4) Каковы факторы формирования аттракции? 5) Какие можно выделить каналы трансляции индивидуального имиджа? Какой из них наиболее эффективный и почему? 6) Почему имидж можно рассматривать как символическую структуру? 7) Каковы критерии эффективности индивидуального имиджа?	8
	2	Вид СРС 2. Аннотация главы 2 (Технология имиджирования: позиционное представление самопрезентации) из уч-методического пособия «Имиджелогия. Как нравиться людям»// В.М. Шепель, М. - 2002.	6

Раздел 4	1	Вид СРС 1. Подготовка портфолио с рекомендациями по формированию индивидуального имиджа руководителя и группового имиджа организации	4
Итого			28

5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовые проекты не предусмотрены

6. Образовательные технологии

Семестр	Вид занятия (Л, ПР, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
	Л	Групповая дискуссия	4
	ПР	Моделирование и решение ситуационных задач в малых группах	6
		Тренинговое занятие	6
	ЛР	----	
Итого:			16

7. *Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов*

(приведены в ФОС)

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Основная литература:

- 1) Бозаджиев В.Л. Имидж психолога. - М.: Издательство «Академия Естествознания», 2009.-219 с.
- 2) Панасюк А.Ю. Формирование имиджа; стратегия, психотехнологии, психотехники. М., 2007.
- 3) Шкуратова И.П. Имиджелогия: учебное пособие. Ростов-на-Дону:Изд-во ЮФУ, 2014, 58 с.

8.2. Дополнительная литература:

- 1) Агеев. В.С. Механизмы социального восприятия // Психологический журнал. - 1989. - Т. 10. - №2.
- 2) Андреева Г.М. Психология социального познания. М.,2000
- 3) Берн Э. Что вы говорите после того, как сказали «Привет»: психология человеческой судьбы. М., 2004
- 4) Бозаджиев В.Л. Имидж психолога. - М.: Издательство «Академия Естествознания», 2009.-219 с.
- 5) Бозаджиев В.Л. Имидж как психологическая категория //Теория и практика педагогики и психологии высшего образования: Вестник. Челябинск, 2003.
- 6) Бозаджиев В.Л. Имидж педагога. Челябинск, 2004.
- 7) Бозаджиев В.Л. Психолог: профессия и личность – Челябинск, Печатный двор,- 2011.
- 8) Джеймс Дж. Эффективный самомаркетинг. Искусство создания положительного образа. М., 1998.
- 9) Имиджелогия. Как нравиться людям (сост., науч. ред. -В.М. Шепель). М., 2002.
- 10) Калюжный А.А. Психология формирования личности учителя// М.: Изд - Владос, 2004.
- 11) Кара-Мурза. С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2008
- 12) Килошенко М.И. Психология моды. М., 2006.
- 13) Коэн Д. Чтение по жестам: научитесь читать мысли собеседников по их движениям и выражению лица. М., 2003.
- 14) Куликова В.Н, Язык внешности: как создать свой имидж:твое второе «Я». М., 2006.
- 15) Лабунская В.А. Невербальное поведение. Ростов н/Д., 1986
- 16) Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, каксоздавать свой имидж. М., 1998.
- 17) Панасюк А.Ю. Я - Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж. М., 2003.

- 18) Перелыгина Е.Б. Психология имиджа. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.

- 19) Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер. — 2-е изд., испр. и доп. — СПб.: Алетейя, 2001. — 256 с.
- 18) Почепцов Г.Г. Имиджелогия. М., 2000.
- 19) Петрова Е.А. Имидж педагога. М., 2003.
- 20) Пиз А. Язык телодвижений. Н.Новгород, 1992
- 21) Ульяновский А.В. Корпоративный имидж: технологии формирования для максимального роста бизнеса. М., 2008.
- 22) Усачев Л.В. Восприятие внешнего облика человека / Психология: учебник / Под ред. А.А. Крылова. М., 1996.
- 23) Фадеева Е.И. Тайны имиджа: Учебно-методическое пособие. М., 2002
- 24) Чалдини Р. Психология влияния. СПб., 1999.
- 25) Шепель В.М. Имиджеология. М., 2001.
- 26) Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. М., 1997.

8.3. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Интернет-библиотеки

- 1) ido.edu.ru/psychology
 - 2) pedlib.ru (раздел «литература – психология»)
 - 3) yurpsy.by.ru/biblio
 - 4) psylib.org.ua
 - 5) koob.ru (раздел «научная психология»)
 - 6) <http://www.alleng.ru/> (раздел «Психология»)
1. <http://psychology.net.ru/> - Мир психологии.
 2. <http://www.psychology.all.ru> - Psychology Online Russia.
 3. <http://www.psychology-online.ru> - Психология он-лайн.

8.4. Методические указания и материалы по видам занятий

Рекомендации по подготовке папки портфолио

Промежуточная аттестация – форма заключительной проверки знаний, умений, навыков, степени сформированности общекультурных и профессиональных компетенций. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Студент допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им учебного плана дисциплины. В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в форме, предложенной преподавателем (реферат, самостоятельное письменное рассмотрение отдельных вопросов темы и др.).

Во многом помогает подготовке к промежуточной аттестации работа над портфолио.

Портфолио – это и коллекция работ студента, и выставка учебных достижений студента за конкретный период обучения (семестр, год); и форма целенаправленной, систематической и непрерывной оценки и самооценки учебных результатов студента; антология работ студента, предполагающая его непосредственное участие в выборе работ, представляемых на оценку, а также их самоанализ и самооценку. Таким образом, портфолио позволяет студенту показать то, что он знает и умеет по данной теме, данному предмету, а также оценки его достижений и самооценки.

Контроль за ведением и своевременностью пополнения портфолио, систематическая проверка и оценка, помощь студентам в оформлении – осуществляется преподавателем. В отличие от традиционного подхода, который разделяет преподавание, учение и оценивание, портфолио органически интегрирует эти три составляющие процесса обучения; позволяет объединить количественную и качественную оценку способностей студента посредством анализа разнообразных продуктов учебно - познавательной деятельности. Портфолио также направлено на сотрудничество преподавателя и студента с целью оценки достижений, приложенных усилий и прогресса в обучении.

Предметное портфолио включает: материалы, в которых отражается Студент допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им учебного плана дисциплины. В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в форме, предложенной преподавателем (реферат, самостоятельное письменное рассмотрение отдельных вопросов темы и др.).

Рекомендуется использовать различные приемы для лучшего понимания и запоминания материала: чертить схемы, оформлять материал в схемы, таблицы. Можно также практиковать написание вопросов в виде краткого, тезисного изложения материала.

Портфолио на бумажном носителе формируется в одной папке-накопителе с файлами.

Требования к презентации и защите портфолио. Защита портфолио проводится в несколько этапов:

1. Презентация портфолио.
2. Ответы на вопросы по существу представленных документов.
3. Ознакомление студента с рецензиями на работу.
4. Пояснения студента по замечаниям рецензентов.
5. Обсуждение результатов защиты членами экспертной группы.
6. Доведение до студента выводов и рекомендаций экспертной группы.

Презентация портфолио – форма аттестационного испытания, в ходе которого студент представляет экспертной комиссии свидетельства своего профессионализма и результатов педагогической деятельности в форме структурированного портфолио. Для презентации методического портфолио студенту отводится 10-15 минут. В ходе презентации он должен обосновать, как представленные материалы свидетельствуют о его профессиональной компетенции. Основная цель презентации – в короткое время представить основные результаты проделанной работы за определённый период времени. Качество презентации при защите портфолио оценивается по следующим показателям:

- соответствие содержания презентации содержанию портфолио;
- выделение основных результатов деятельности студента;
- качество изложения материала.

- достоверность, обоснованность, полнота, системность, структурность состава представленных материалов и документов;

- оформление, общее эстетическое целостное восприятие.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля): электронная библиотека, программа и кейсы с материалом по темам в электронном виде, учебная обязательная и дополнительная литература (в эл. виде).

10. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

Требования к представлению и оформлению результатов СРС

Самостоятельная работа студентов должна обладать следующими признаками:

быть выполненной лично студентом или являться самостоятельно выполненной частью коллективной работы согласно заданию преподавателя

представлять собой законченную разработку (законченный этап разработки), в которой раскрываются и анализируются актуальные проблемы по определённой теме и её отдельным аспектам (актуальные проблемы изучаемой дисциплины и соответствующей сферы практической деятельности);

демонстрировать достаточную компетентность автора в раскрываемых вопросах;

иметь учебную, научную и/или практическую направленность и значимость (если речь идет об учебно-исследовательской работе);

содержать определенные элементы новизны (если СРС проведена в рамках научно-исследовательской работы).

Виды контроля СРС соответствуют видам контрольных мероприятий, предусмотренных учебной программой о системе оценки успеваемости студентов и предполагают:

текущий контроль, то есть оперативное, регулярное отслеживание уровня выполнения СРС на лекциях, лабораторных и практических занятиях;

рубежный контроль по окончании изучения дисциплины;

промежуточный контроль, который предполагает учет объема, своевременности и качества выполнения СРС по дисциплине за весь модуль или семестр и осуществляется на зачете или экзамене.

В качестве форм контроля СРС могут быть использованы:

экспресс-опрос на лекции, лабораторных и практических занятиях;

текущий устный выборочный опрос на лабораторных и практических занятиях;

защита контрольных работ;

проверка письменных работ;

письменное рецензирование;

индивидуальное собеседование, консультация;

коллоквиум;

тестирование;

блиц-опрос;

самооценка;

взаимооценка;

рецензирование, защита творческих работ (эссе, реферата);

выступление с докладом, презентацией и другие виды на усмотрение преподавателя.

Применение перечисленных форм контроля СРС не исключает варианта, когда результат выполнения ВСР будет учтен единожды, при выставлении оценки при промежуточном контроле.

При рубежном контроле выполнение студентом КСР (при наличии ее в графике самостоятельной работы), должно быть отражено обязательно.

При проведении контрольных мероприятий преподаватель может применять различные формы и методы контроля в зависимости от его целей, числа студентов и формы СРС:

- устный;

- письменный;

тестовый (бланковый и автоматизированный);

фронтальный;

оценка однокурсников или самооценка

сплошной;

выборочный.

Формы отчета студента перед преподавателем о результатах выполнения самостоятельной работы:

аргументированное решение ситуаций, задач;

конспекты, планы, эссе, рефераты, обзоры информации, разработанные студентом;

графическое представление изученного учебного материала;

ответы на задания-тесты, решенные кроссворды, задачи и так далее;

вопросы по теме или разделу дисциплины, задания-тесты, подготовленные и так далее;

составление тезисов, планов-конспектов и другие варианты по выбору преподавателя

11. Технологическая карта дисциплины

Курс _____ II _____ группа ФП17ДР68ОП1 семестр _____ 4 _____

Преподаватель – лектор – доц. Кучерявенко В.И.

Преподаватели, ведущие практические занятия доц. Кучерявенко

Составитель _____ Кучерявенко В.И., доцент

Зав. кафедрой психологии _____ Кучерявенко В.И., доцент

Согласовано:

Декан факультета педагогики и психологии

к.п.н., доцент Л.И.Васильева _____ /Васильева Л.И., доцент