

Приложение 2 к РПД Имидж делового человека
38.03.01 Экономика
Направленность (профиль) Внешнеэкономическая деятельность
Форма обучения – очная
Год набора - 2022

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Общие сведения

1.	Кафедра	Искусств и дизайна
2.	Направление подготовки	38.03.01 Экономика
3.	Направленность (профиль)	Внешнеэкономическая деятельность
4.	Дисциплина	Имидж делового человека.
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

2. Перечень компетенций

УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

3. Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
1. Понятие имидж. Виды имиджа человека.	УК-6	Теоретические основы имиджологии.	Анализировать информацию.	Категориальным аппаратом	доклад
2. Имидж и социальный успех.	УК-6	Психологические основы личного обаяния.	Выделять и учитывать основные психологические особенности личностного роста.	Категориальным аппаратом	презентация
3. Ваша одежда. Визуальная вибрация и цветовой спектр.	УК-6	Основы композиции костюма, психологии цвета.	Создать гармоничную композицию костюма.	Категориальным аппаратом	творческое задание

4.Ваш макияж и прическа.	УК-6	Основы габитального имиджа.	Создать грамотный деловой макияж и прическу.	Категориальным аппаратом	Творческое задание
5.Ваша речь и голос. Язык телодвижений.	УК-6	Основы вербального и кинетического имиджа.	Организовать комфортную зону для собеседника.	Методами бесконфликтных взаимоотношений	презентация
6.Особенности делового общения.	УК-6	Основы психологии и этики делового общения.	Выделять и учитывать основные психологические особенности делового общения.	Методами бесконфликтных взаимоотношений	тестирование

Шкала оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы МАГУ: «НЕ ЗАЧТЕНО» - 60 баллов и менее, «ЗАЧТЕНО» - 61-100 баллов.

4. Критерии и шкалы оценивания

4.1 Критерии и шкала оценки выполнения теста (до 10 баллов):

Процент правильных ответов	50-60	61-70	71-80	81-90	91-100
Количество баллов за результаты	1	3	5	7	10

4.2 Критерии и шкала оценки выполнения творческого задания:

самостоятельное исследование (результаты, презентация)	4 балла
актуальность источников доклада	1 балл
творческий подход	2 балла
стиль выполнения	1 балл
обоснованность выводов, потенциал дальнейшего исследования	2 балла
Всего баллов	До 10

4.3 Критерии и шкала оценки выполнения доклада:

самостоятельное исследование (результаты, презентация)	5 баллов
актуальность источников доклада	1 балл
логика изложения	1 балл
оформление	1 балл
обоснованность выводов, потенциал дальнейшего исследования	2 балла
Всего баллов	До 10

4.3 Критерии и шкала оценки выполнения презентации:

Структура презентации	Максимальное количество баллов
------------------------------	---------------------------------------

Содержание	
Сформулирована цель, проблема работы	1
Информация изложена полно и четко	1
Использованы самостоятельно разработанные блок-схемы, диаграммы	3
Сделаны выводы, определена практическая значимость, перспективность исследования	2
Оформление презентации	
Единый стиль оформления	1
Текст легко читается, фон сочетается с текстом и графикой	1
Эффект презентации	
Презентация позволяет включить ее в образовательный контент	1
Мак количество баллов	10

4.4 Критерии оценки ответа на зачете

(1 вопрос - 20 баллов; 2 вопрос - 20 баллов)

Ответ студента на зачете оценивается баллами, которые в совокупности с набранными в течение семестра позволяют выставить оценку «зачтено» (61 и более баллов) в соответствии со следующими критериями:

Студент

- владеет профессиональной терминологией, четко интерпретирует информацию;
 - аргументированно проводит обоснование выводов по излагаемым вопросам;
- проявляет практические компетенции в сфере индустрии моды и красоты (приводит примеры, применяет знания междисциплинарного характера).

5. Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

5.1 ЗАДАНИЕ 1. ТЕСТ

Цель – выявить владение профессиональными терминами по изучаемому курсу.

Вариант 1.

ДЕ -1

1. Имидж – это ...
 - a. Образ;
 - b. Манера поведения;
 - c. Свойство общения;
 - d. Внешний вид.
2. «Дресс – код» - это...
 - a. Определенные правила;
 - b. Свод форм и правил наиболее целесообразного внешнего вида;
 - c. Установившиеся традиции в манере одеваться на определенные мероприятия;

- d. Манера одеваться, принятая в определенной ситуации или социальной группе.
3. На основе какого образа «Я» у людей формируется определенное мнение о человеке?
- a. «Реальное Я»;
 - b. «Зеркальное Я»;
 - c. «Идеальное Я»;
 - d. «Демонстрируемое Я».
4. Этика – это
- a. Правильные поступки;
 - b. Учение о морали и нравственности;
 - c. Обычай;
 - d. Поступок.

ДЕ -2

1. Какой стиль одежды предпочтителен для деловой женщины?
- a. Романтический;
 - b. Классический;
 - c. Традиционный;
 - d. Спортивный.
2. Закончите фразу: "Деловой мужчина **не** должен выглядеть..."
- a. Уверенным в себе;
 - b. Элегантным;
 - c. Лишенным вкуса;
 - d. Надежным.
3. Среди допустимых элементов внешнего облика деловой женщины выделите один **нежелательный**:
- a. Босоножки;
 - b. Непокрытые лаком ногти;
 - c. Отсутствие макияжа;
 - d. Кейс;
 - e. Блузка в полоску.
4. Сколько цветов одновременно можно сочетать в деловом костюме?
- a. Не более двух;
 - b. Не более четырех;
 - c. Не более трех;
 - d. Не более пяти.
5. Можно ли деловой женщине прийти на торжественное или деловое мероприятие без чулок?
- a. Можно, толь в самую жаркую погоду;
 - b. Можно, имея красивые ноги;
 - c. Можно;
 - d. Нельзя.
6. С чем должны гармонировать по цвету туфли?
- a. С цветом сумки;

- b. С элементами одежды;
 - c. С цветом шарфика;
 - d. С макияжем.
7. Сколько колец может носить деловая женщина?
- a. По одному кольцу на каждой руке;
 - b. Не более двух;
 - c. Не более трех;
 - d. По желанию.

Ключ к заданиям варианта №1

№ вопроса	ДЕ - 1	ДЕ - 2
1.	a	b
2.	d	c
3.	d	a
4.	b	c
5.		d
6.		b
7.		c

5.2 Творческое задание

Впервые увидев человека, люди непроизвольно обращают внимание на его внешность. «Одежда составляет девяносто процентов всего того, что люди видят перед собой, когда смотрят на вас», - подчеркивает Дебра Гай Кокс, консультант по имиджу. Одежда воздействует на окружающих, так как, независимо от сознания человека, мгновенно фиксируется его органами чувств. Поэтому не зря говорят, что о человеке вначале судят по его внешности, затем по разговору, а далее по интерьеру его кабинета.

Внешний вид, как правило, отражает внутреннее, нравственное содержание человека. «Люди судят о нас - то есть определяют, кто мы, где мы живем и где мы были - на основе одного лишь взгляда на нашу одежду», - говорит Кокс.

Культуру человека подчеркивает его одежда. Она является, своего рода, визитной карточкой человека. Одежда несет партнерам по общению информацию о человеке, его вкусах, принадлежности к тому или иному социальному или профессиональному слою.

Со вкусом подобранная одежда, аксессуары, опрятный вид делают его уверенным, собранным, энергичным. Не зря Рокфеллер начал свой бизнес с того, что купил себе на последние деньги дорогой костюм и стал членом гольф-клуба.

Предложите свои рекомендации для делового имиджа бизнес-леди.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний

Разъяснения:

Женский деловой костюм может быть традиционных цветов (красный, желтый, коричневый, зеленый, синий, белый, черный). практически любого цвета, кроме ярких оттенков и резких контрастных сочетаний.

Лучшие цвета делового платья - темно-синий, рыжевато-коричневый, бежевый, темно-коричневый, серый, умеренно-синий, светло-синий и др.

Черный деловой костюм в последнее время вытесняется. Он подходит для конференций, заседаний советов и др. мероприятий, которые носят более торжественный характер, чем обычная трудовая деятельность.

Одежда женщины должна соответствовать месту, времени, характеру события. Ее нужно уметь правильно носить. Например, не принято принимать гостей или ходить в гости в вечерних платьях в дневное время. Для этого случая подойдет элегантное платье или платье-костюм, но не пиджак и юбка.

Хороший вкус требует умения комбинировать имеющуюся одежду. Комплект можно дополнить новой юбкой, джемпером, шарфом, платком.

Юбку носят с кожаным поясом, под цвет костюма. Если у женщины высокая талия, то цвет пояса подбирают под цвет блузки, если низкая - под цвет юбки.

Деловая женщина не должна носить дешевый или плохо сидящий жакет. Спущенные, бесформенные плечи на работе выглядят вяло и беспомощно. Поэтому используют небольшие плечики. Но при этом помнят, что плечики сужают бока. Застегнутый жакет должен быть удобным и соответствовать размеру. Оптимальная длина его - не ниже бедер. Для женщин с высокой талией рекомендуются длинные жакеты, с низкой - короткие. Не забывают и о направлении моды.

Блузки должны быть просты, элегантны и выглядеть дорогими. Сложный дизайн блузки не гармонирует с деловым жакетом. Рюши, кружева придают женственность. Прозрачные или облегающие блузки годятся только под жакет.

Летняя одежда должна быть из натуральных материалов или с небольшим вложением синтетических или ацетатных волокон.

Дамы с открытыми плечами, большим декольте на работе выглядят непрофессионально, незащитно. О вырезе платья говорят: «Чем больше откроете, тем меньше авторитета завоеуете».

Нежелательна в рабочей обстановке обтягивающая одежда, тесная юбка.

Исключаются из деловой одежды трикотажные джемперы, жилеты и др.

Полный человек выглядит еще полнее в костюме или платье из ткани в поперечную полоску, с крупным рисунком, очень светлых. Полнят любую фигуру юбки в форме буквы «А». В широких пышных юбках высокие женщины не производят делового вида. Лучше надеть длинную юбку, скроенную по косой линии. Для женщин обувь является важнейшей частью туалета. Наиболее элегантными являются лодочки с закрытыми носком и пяткой. В деловой сфере белые туфли неприемлемы. Они выглядят дешево и не являются символом успеха. Желательны туфли цвета слоновой кости, беж, бежево-серые и др. К темным платьям подходят темные туфли.

Неприемлемы в деловой сфере туфли с цветными деталями, «металлических цветов», с украшениями. Туфли с каблуками «клеш».

Лакированные туфли предпочтительны в вечернее время. В летний период допустимы босоножки с открытой пяткой, но с закрытым носком.

С цветом обуви, как правило, сочетаются чулки, колготки. Они не должны иметь рисунок. Зрительно уменьшают ступни ног туфли и чулки темного цвета.

Средством самовыражения у женщины служит головной убор. Фасон шляпы должен соответствовать наряду, месту, где этот наряд будут демонстрировать. По словам М. Дитрих: «Шляпы могут доставить много радости и привести женщину в хорошее расположение духа. Кто иронически хмыкает, тот не имеет представления о важности этой маленькой вещицы». С вечерним туалетом шляпку не надевают.

Из верхней одежды предпочтительны пальто, плащ, меховое пальто. Шарф должен быть только фабричного изготовления, не ручной вязки. Исключаются куртки как разновидность спортивной одежды.

5.3 Презентация доклада (выступления), исследования

Тематика презентаций выбирается в соответствии с индивидуальными заданиями, темами самостоятельной работы, темами научных конференций.

Методические рекомендации к подготовке презентации:

- 1 этап – формулирование актуальности и цели презентации;
- 2 этап – систематизация и оптимизация материалов (формат кратких тезисов);
- 3 этап - выбор дизайна презентации, иллюстраций с учетом цели показа и содержания материала;
- 4 этап – конструирование презентации;
- 5 этап – апробация презентации на компьютере и большом экране (роль «новый зритель»).

Следует использовать 10-15 слайдов. При этом:

- первый слайд – титульный. Предназначен для размещения названия презентации, имени докладчика и его контактной информации;
 - на втором слайде необходимо разместить краткое описание основных вопросов или представляемой проблемы;
 - следующие слайды имеют информативный характер;
 - итоговые слайды (1-2) должны четко отразить вывод по презентации.
- Обычно подача информации осуществляется по плану: тезис – аргументация – вывод.

Рекомендации по созданию презентации:

1. Читательность (видимость из самых дальних уголков помещения и с различных устройств), текст должен быть набран 24-30-ым шрифтом.
2. Сочетание цветов: контрастное, неагрессивное, цветовое решение имеет эстетически выверенное решение;
3. Тщательно структурированная информация.
4. Наличие коротких и лаконичных заголовков, маркированных и нумерованных списков.
5. Каждому положению (идее) надо отвести отдельный абзац (желательно слайд).
6. Главную идею надо выложить в первой строке абзаца.
7. Использовать табличные формы представления информации (диаграммы, схемы) для иллюстрации важнейших фактов, что даст возможность подать материал компактно и наглядно.
8. Графика должна органично дополнять текст.
9. Выступление с презентацией длится не более 10 минут, не следует читать текст на слайде, следует дополнять его необходимой развернутой информацией.
10. Формат презентации должен учитывать особенности техники (не следует использовать экзотические или сверхпрогрессивные форматы).

5.4 Примерные темы докладов (дополнительные задания):

1. Проблемы этики и психологии общения в истории философской и психологической мысли.
2. Восприятие и понимание в процессе общения.
3. Общение как коммуникация.
4. Общение как взаимодействие
5. Деловой этикет.
6. Правила этикета.
7. Правила вербального этикета.
8. Правила общения по телефону.
9. Правила деловой переписки.

10. Деловые переговоры.

5.5 Вопросы к зачету:

1. Как связаны понятие имиджа и смысл поговорки: "По одежде встречают, по уму провожают"?
2. Что конкретно может стоять за выражением: "Умеет пыль в глаза пустить"?
3. Кто из ваших знакомых имеет имидж, соответствующий его профессии и должности? Кто не имеет? А вы сами?
4. Как связаны особенности восприятия с возникновением барьеров восприятия?
5. Рассмотрите пары: наличие стереотипов в восприятии и барьера установки; зависимость восприятия от состояния воспринимающего субъекта и барьер отрицательных эмоций; отсутствие децентрации и барьер двойника.
6. В каком направлении надо работать над собой, чтобы не стать причиной коммуникативных барьеров?
7. Почему нужно уметь слушать?
8. Как преодолеть крайности мужского и женского стилей слушания?
9. Зачем нужна положительная установка по отношению к неприятному собеседнику?
10. Сотрудник взволнованно рассказывает о конфликтной ситуации, которая представляет для вас интерес. Как его нужно слушать?
11. Каждый ли человек способен к духовному общению?
12. Как знание особенностей поведения в различных типовых ситуациях общения может способствовать успешной карьере?
13. В каких случаях манипуляция бывает необходима?
14. По каким признакам можно распознать манипулятора?
15. Какова связь между социальной ролью и психологической позицией человека?
16. По каким признакам можно распознать психологическую позицию, в которой находится партнер?
17. Какие позиции в общении позволяют избежать конфликта?
18. Почему позиция Взрослого дает возможность решить вопрос?
19. Как нужно настроить себя, чтобы добиться успеха в деловом контакте?
20. Для чего нужна предварительная информация о партнере?
21. Какие документы следует подготовить к собеседованию при поступлении на работу?
22. Как вы ответите руководителю, который считает молодость и неопытность большим недостатком?
23. Что можно будет сказать в завершение делового разговора, который закончится отказом партнера принять ваше предложение?
24. Почему не рекомендуют сообщать в телефонном разговоре всю информацию, касающуюся делового предложения?
25. Нужно ли обдумывать заранее варианты начала разговора?
26. Что предпринять, если собеседник слушает вас молча, никак не реагируя на ваши аргументы?
27. Как вести себя, если партнер начинает горячо возражать против вашего предложения?
28. Как подтолкнуть нерешительного партнера к принятию решения?