

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
связей с общественностью, рекламы и дизайна
Тулупов В.В.
подпись, расшифровка подписи
18.05.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.33 Консалтинг в связях с общественностью

Код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом

1. Код и наименование направления подготовки/специальности:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

2. Профиль подготовки/специализация: Реклама и связи с общественностью в СМИ

3. Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

4. Форма обучения: заочная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: рекламы и дизайна

6. Составители программы: Пивоварова Мария Игоревна, к.ф.н., доцент

7. Рекомендована: Научно-методическим советом, протокол №7 от 18.05.2023

8. Учебный год: 2026-2027

Семестр: 4

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью освоения учебной дисциплины является подготовка студента к консультационной деятельности в сфере публичной коммуникации в соответствии с задачами связей с общественностью.

Задачи учебной дисциплины:

- познакомить студентов с технологиями социально-политического моделирования, методикой создания имиджа публичной персоны,
- выработать умение диагностировать проблемную ситуацию, смягчать и нейтрализовать имиджевые риски,
- определить место консультирования в общей системе общественных связей и различных видах информационно-коммуникационного процесса.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: (блок Б1, базовая или вариативная часть, к которой относится дисциплина; требования к входным знаниям, умениям и навыкам; дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей))

Учебная дисциплина «Консалтинг в связях с общественностью» относится к базовой части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (обязательные дисциплины). Будучи преимущественно прикладной, настоящая дисциплина дает представление о многообразии деятельности специалиста по связям с общественностью в XXI веке. Ввиду усложняющихся задач продвижения организации и ее взаимодействия с многообразными целевыми аудиториями – внутренними (персонал, топ-менеджмент), внешними (клиентами, партнерами, СМИ, органами государственной власти) консалтинг в связях с общественностью призван способствовать гармонизации общественных отношений с учётом интересов разных целевых аудиторий.

Дисциплине «Консалтинг в связях с общественностью» предшествуют изучение дисциплины «Основы связей с общественностью» и «Связи с общественностью в сфере применения».

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1	Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Знать: принципы социальной ответственности и последствия профессиональной деятельности. Уметь: определять последствия профессиональной деятельности. Владеть: навыками профессиональной деятельности.
		ОПК-7.2	Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Знать: специфику отбора информации. Уметь: выявлять особенности отбора информации, профессиональных средств и приемов связей с общественностью. Владеть: навыками отбора информации.

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.(в соответствии с учебным планом) — 2 ЗЕТ/72 часа.

Форма промежуточной аттестации (зачет/экзамен) зачет.

13. Трудоемкость по видам учебной работы

При реализации дисциплины используются элементы электронного обучения и дистанционные образовательные технологии

Вид учебной работы		Трудоемкость			
		Всего	По семестрам		
			курс, семестр 1	4 курс, семестр 2	...
Аудиторные занятия					
в том числе:	лекции				
	практические				
	лабораторные				
Самостоятельная работа					
в том числе: курсовая работа (проект)					
Форма промежуточной аттестации (зачет – 0 час. / экзамен – ____ час.)					
Итого:					

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1. Лекции		
1.1	Эволюция взглядов на консалтинг в мировой практике	Предыстория консалтинга. Развития консультирования в США. Современная эпоха консультирования. Развитие консалтинга в России. Предмет и определение консалтинга. Субъекты, виды и объекты консультирования. Понятия “консалтинг” и “консультирование”.
1.2	Консультирование в межкультурной коммуникации	МКК как сфера консалтинга. Конституенты МКК. Типы МКК.
1.3	Политический консалтинг в СО	Место политического консалтинга в политической психологии. Качества политического консультанта. Технология политического консультирования.
1.4	Имиджевый консалтинг	Имидж как коммуникационный феномен. Цель и задачи имиджмейкинга. Особенности деятельности консультанта. Отношения между клиентом и консультантом. Открытый консультант и открытый клиент.
1.5	Разработка консалтингового проекта	Консалтинговый проект и его этапы. Концепция проекта. Этапы подготовки, исполнения и завершения консалтингового проекта.
2. Практические занятия		
2.1	Эволюция взглядов на консалтинг в мировой практике	Направления консультирования. Консалтинг в России и мире. Сильные и слабые стороны отечественных и зарубежных консультантов. Рынок консалтинговых услуг России. Типы консалтинговых организаций.
2.2	Консультирование в межкультурной коммуникации	Социальное инвестирование как задача консультационной деятельности. Межкультурная компетенция.

2.3	Политический консалтинг в СО	Политический менеджмент. Политический маркетинг. Информационное консультирование. Виды политических консультантов. Отечественные модели политического консалтинга. Типология политического консультирования.
2.4	Имиджевый консалтинг	Типы имиджа. Имидж как фактор политической активности электората. Конфликт как катализатор имиджмейкинга. Анализ имиджа.
2.5	Разработка консалтингового проекта	Действия консультанта в ходе разработки консалтингового проекта. Мотивы обращения к услугам консультанта или консалтингового агентства. Преимущества и недостатки "внутренних" и "внешних" консультантов.

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практическое	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Эволюция взглядов на консалтинг в мировой практике				12	12
2	Консультирование в межкультурной коммуникации				12	12
3	Политический консалтинг в СО				12	12
4	Имиджевый консалтинг	2	2		12	16
5	Разработка консалтингового проекта	2	2		12	16
	Итого:	4	4		60	68

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

(рекомендации обучающимся по освоению дисциплины: работа с конспектами лекций, презентационным материалом, выполнение курсовой работы, практических заданий, тестов, заданий текущей аттестации и т.д.)

Система высшего образования предполагает рациональное сочетание таких видов учебной деятельности как лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов, а также контроль полученных знаний.

В рамках курса Имиджология планируется последовательно и детально изучить все имиджевые компоненты, рассмотреть специфику этих компонентов на примере различных видов имиджа, ознакомиться с технологией конструирования имиджа на разных уровнях и его коррекциях. Кроме того, в процессе изучения данного курса планируется научить студентов правилам построения эффективной поведенческой стратегии, повысить их коммуникативную компетентность, сформировать представления об эффективном позиционировании и способах самопрезентации. Основной рекомендацией следует считать приобретение студентом желания освоить данную дисциплину. Преподаватель и студент должны решить эту проблему совместно. Желание может возникнуть тогда, когда выполняемая работа понятна и даёт конкретный результат. Этому может способствовать активность студента на аудиторных занятиях и регулярная самостоятельная работа, что в итоге даёт хорошие показатели на контрольных мероприятиях, а вместе с этим уверенность студента в своих возможностях.

Лекция представляет собой систематическое, последовательное изложение

учебного материала. Это одна из важнейших форм учебного процесса и один из основных методов преподавания в вузе. На лекциях от студента требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. Качественный конспект должен легко восприниматься зрительно, в его тексте следует соблюдать абзацы, выделять заголовки, подчеркнуть термины. В качестве ценного совета рекомендуется записывать не каждое слово лектора (иначе можно потерять мысль и начать писать автоматически, не вникая в смысл), а постараться понять основную мысль лектора, а затем записать, используя понятные сокращения.

Практические занятия позволяют научиться применять теоретические знания, полученные на лекции, при решении конкретных задач. Чтобы наиболее рационально и полно использовать все возможности практических занятий, для подготовки к ним следует: разобрать лекцию по соответствующей теме, ознакомиться с соответствующим разделом учебника, проработать дополнительную литературу и источники, решить задачи и выполнить другие письменные задания.

Студенту не следует стремиться к механическому запоминанию методик, приведенных определений и положений, если требования прямо не указывают на это. Гораздо эффективнее понять их смысл, опираясь на лекционный материал и материал, содержащийся в рекомендованной литературе. Сказанное особенно эффективно, когда речь идет о требованиях типа «понимает», имеет представление».

Помимо предоставления студентам теоретической базы данного курса, планируется проведение творческих (написание эссе, проведение фотосессии), самостоятельных (разработка тренинговых упражнений, конструирование имиджевых проектов), аналитических (оценка имиджевых составляющих, рефлексивный анализ) и исследовательских работ.

Самостоятельная работа студентов способствует глубокому усвоению учебного материала и развитию навыков самоорганизации и самообразования. Самостоятельная работа предполагает следующие составляющие:

- работу с текстами: учебниками, справочниками, дополнительной литературой, в том числе с использованием материалов ЗНБ ВГУ и Университетской библиотеки Онлайн, а также проработку конспектов лекций;

- анализ и оценку имиджей;
- работу с периодическими изданиями по проблемам связей с общественностью;
- выдвижение креативной идеи имиджевого проекта;
- создание имиджевых текстов;
- выполнение домашних заданий и подготовку к практическим занятиям;
- работу над темами для самостоятельного изучения;
- подготовку к экзамену.

Самостоятельная работа студентов по учебной дисциплине «Этикет и имидж» предполагает изучение рекомендуемой литературы. Кроме базовых учебников рекомендуется самостоятельно использовать имеющиеся в библиотеке учебно-методические пособия. Независимо от вида учебника, работа с ним должна происходить в течение всего семестра.

При ознакомлении с каким-либо разделом рекомендуется прочитать его целиком, стараясь уловить общую логику изложения темы. При повторном чтении хорошо акцентировать внимание на ключевых вопросах и основных положениях и формулах. Можно составить их краткий конспект.

Степень усвоения материала проверяется следующими **видами контроля**:

- текущий (рефераты и защита имидж-модели);
- промежуточный (экзамен).

Экзамен – форма проверки знаний и навыков, полученных на лекционных и практических занятиях. Для успешной сдачи экзамена необходимо выполнить следующие рекомендации – готовиться к зачету следует систематически, в течение всего семестра.

При подготовке к экзамену необходимо пользоваться не только рекомендованным

источником по теоретическому материалу, но и сведениями из дополнительной литературы, результатами самостоятельного изучения, сведениями, полученными из ранее освоенных дисциплин.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

основная литература:

№ п/п	Источник
1.	<u>Шарков, Ф. И.</u> Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учебное пособие / Ф.И. Шарков .— 2-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2020 .— 488 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573153
2.	Реклама и связи с общественностью : теория и практика. Учеб. пос. / под ред. В.В.Тулупова. – Воронеж : ИД ВГУ, 2015.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3.	Умаров, М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / М. Умаров ; под ред. А. Черниковой. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 230 с. : ил. - ISBN 978-5-9614-5746-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443019 (19.01.2017).
4.	Федотова Л.И. Реклама и связи с общественностью. – Москва, 2016.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
5.	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – (http // www.lib.vsu.ru/)
6.	<u>Кашин, В. К.</u> Международный консалтинг : учебно-методический комплекс / В.К. Кашин .— Москва : Евразийский открытый институт, 2009 .— 79 с.
7.	<u>Шапиро, С. А.</u> Практикум по дисциплине «Управленческий консалтинг» : учебное пособие / С.А. Шапиро, А.Б. Вешкурова .— Москва Берлин : Директ-Медиа, 2020 .— 98 с.

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных) работ и др.)

№ п/п	Источник
1.	<u>Кашин, В. К.</u> Международный консалтинг : учебно-методический комплекс / В.К. Кашин .— Москва : Евразийский открытый институт, 2009 .— 79 с.
2.	<u>Шапиро, С. А.</u> Практикум по дисциплине «Управленческий консалтинг» : учебное пособие / С.А. Шапиро, А.Б. Вешкурова .— Москва Берлин : Директ-Медиа, 2020 .— 98 с.
3.	<u>Шарков, Ф. И.</u> Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учебное пособие / Ф.И. Шарков .— 2-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2020 .— 488 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573153

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

При реализации дисциплины используются элементы электронного обучения и дистанционные образовательные технологии

<https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=8746>

Используется «Лекционно-семинарско-зачетная система обучения» (вводная лекция, проблемная лекция, проблемный семинар), групповые технологии (разработка проекта,

групповая дискуссия, анализ ситуаций), информационно-коммуникационная технология (лекции-презентации), проектная технология (разработка различных проектов). При реализации дисциплины используются элементы электронного обучения и дистанционные образовательные технологии.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

(при использовании лабораторного оборудования указывать полный перечень, при большом количестве оборудования можно вынести данный раздел в приложение к рабочей программе)

При реализации дисциплины используются следующие образовательные технологии: лекции-презентации, занятия семинарского типа, разработка проекта, разбор ситуаций из практики, ситуационные игры, кейс-стади, выступления, доклады, тестовые задания. Учебная аудитория для проведения семинарских, практических и лабораторных занятий: мультимедиа-проектор BenQ MX511, нетбук Asus Eee PC 1015P, экран настенный CS 244*244

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Понятие о кризисе. Кризисная ситуация.	ОПК-7	ОПК-7.1	<i>Контрольная работа</i>
2.	Консультирование в межкультурной коммуникации	ОПК-7	ОПК-7.1	Тестовые задания, доклады
3.	Кризисный консалтинг в СО	ОПК-7	ОПК-7.2	Практические задания
4.	Кризисный консалтинг в политической и экономической сферах	ОПК-7	ОПК-7.1	Практические задания
5.	Разработка консалтингового проекта	ОПК-7	ОПК-7.2	Защита проекта
Промежуточная аттестация форма контроля - зачет				<i>Перечень вопросов к зачету с оценкой</i>

20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах устного опроса (индивидуальный опрос, фронтальная беседа, доклады); письменных работ (контрольные), тестирования; оценки результатов практической деятельности (курсовая работа, портфолио и др.). Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и практическое задание, позволяющее оценить степень сформированности умений и навыков. При оценивании используются качественные шкалы оценок. Критерии оценивания приведены выше.

2.1. Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

1. Практикоориентированные задания/домашние задания
2. Тестовые задания
3. Контрольная работа
4. Проект
5. Сообщение/доклад/презентация

Перечень заданий, тем рефератов, тем презентаций, курсовых, докладов, лабораторных работ требования к представлению портфолио

Темы для контрольных работ

1. Эволюция взглядов на консультирование в мировой практике
2. Политический консалтинг в СО
3. Диагностика политической ситуации и состояния политической напряженности
4. Стратегии поведения в конфликте и кризисной ситуации
5. Технологии избирательных кампаний
6. Российский опыт избирательных кампаний (1990-2008 гг).
7. Политическая реклама и ПР в условиях предвыборной кампании
8. Технологии исследования общественного мнения
9. Имиджевый консалтинг
10. Разработка консалтингового проекта
11. Управленческое консультирование
12. Правовые нормы и этические принципы профессиональной деятельности консультанта.

Перечень практических заданий

Задание 1. Предотвращение и преодоление кризисных ситуаций. Способы выхода из кризисной ситуации. Создание антикризисного плана. Разберите одну из кризисных ситуаций с точки зрения грамотного консультирования. Проанализируйте выбранную стратегию. Укажите на ошибки.

Тестовые задания

1. Кто был создателем первой консалтинговой организации?

- а) Наполитан Джозеф;
- б) Эдвард Берниз;
- в) супружеская пара Клем Уайтекер и Леон Бакстер;
- г) Джон Бекли.

2. Какие тенденции характеризуют состояние современного консалтинга?

- а) усиление тенденции к специализации;

- б) распространение консультантов-универсалов;
- в) возвышение консультантов до знаменитостей;
- г) утрата консультантами ключевых коммуникационных позиций.

3. Какого из предложенных критериев не существует при типологизации видов консультирования?

- а) по числу консультируемых лиц;
- б) по длительности взаимодействия;
- в) по способу взаимодействия консультанта с клиентом;
- г) по размеру гонорара консультанта.

4. Выберите из предложенных вариантов аргументы за создание собственных консультационных служб в организации?

- а) внутренние консультанты обладают полной информацией о своей организации;
- б) незамедлительно приступают к решению проблем, не тратя время на вхождение в коллектив и обработку информации;
- в) зависимость от руководства;
- г) испытывают влияние различных внутриорганизационных групп.

5. Политический аудит – это:

- а) оказание консультационных услуг в сфере политики;
- б) диагностика состояния политической напряженности;
- в) анализ и контроль политической деятельности организации;
- г) антикризисный консалтинг.

6. Что является ключевым признаком политического лидерства?

- а) коммуникабельность;
- б) способность генерировать социальные идеи;
- в) власть;
- г) конфликтность.

7. Какие из перечисленных мифов наиболее характерны для современной политической среды России?

- а) миф о "крутом" политике;
- б) миф о женщине-политике;
- в) миф о Цинциннате;
- г) мифо политике-профессионале.

8. Представление о кандидате, которое сложилось у электората, носит название:

- а) субъективный имидж;
- б) идеальный имидж;
- в) реальный имидж;
- г) моделируемый имидж.

9. Что из предложенного не является основным слагаемым технологии политического консультирования?

- а) информационное консультирование;
- б) политический менеджмент;
- в) политический аудит;
- г) политический маркетинг.

10. Выберите из предложенных группы лично-психологических качеств, наиболее характерные для консультанта?

- а) адаптивные качества;
- б) лидерские качества;
- в) креативные качества;
- г) конфликтные качества.

11. Политический маркетинг – это:

- а) технические приемы изучения политического рынка;
- б) управление политическим процессом с целью обеспечения его максимальной эффективности;

- в) консультирование в сфере пресс-релизов;
- г) консультирование в условиях кризисной ситуации.

12. Какие из перечисленных этапов прошел политический маркетинг в своем развитии?

- а) этап сбытовой ориентации;
- б) этап эффективного политического менеджмента;
- в) этап "товарной ориентации";
- г) этап информационного консультирования.

13. Что означает термин «консультантовооруженность»?

- а) соотношение консультантов-одиночек и консалтинговых агентств;
- б) соотношение узкопрофессиональных консультантов и консультантов-универсалов;
- в) отношение общего числа жителей к числу консультантов;
- г) отношение заказчиков консультационных услуг к исполнителям.

14. Какой из предложенных вариантов является синонимом к понятию «управленческий консалтинг»?

- а) маркетинг-консалтинг;
- б) информационный консалтинг;
- в) экономический консалтинг;
- г) менеджмент-консалтинг.

15. Выберите 3 вида консультирования, наиболее распространенные в сфере управленческого консалтинга?

- а) экспертное консультирование;
- б) процессное консультирование;
- в) директивное консультирование;
- г) обучающее консультирование.

Темы рефератов

1. Эволюция взглядов на консультирование в мировой практике.
2. Консультирование в России и на Западе.

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Собеседование по экзаменационным билетам (по билетам к зачету)

Перечень вопросов к зачету

13. Эволюция взглядов на консультирование в мировой практике
14. Политический консалтинг в СО
15. Диагностика политической ситуации и состояния политической напряженности
16. Стратегии поведения в конфликте и кризисной ситуации
17. Технологии избирательных кампаний
18. Российский опыт избирательных кампаний (1990-2008 гг).
19. Политическая реклама и ПР в условиях предвыборной кампании
20. Технологии исследования общественного мнения
21. Имиджевый консалтинг
22. Разработка консалтингового проекта
23. Управленческое консультирование
24. Правовые нормы и этические принципы профессиональной деятельности консультанта.

Описание технологии проведения экзамена:

Зачет проводится в форме устного опроса по билетам, с предварительной подготовкой на листе ответов. В билете содержится 2 теоретических вопроса.

Для оценивания результатов обучения на экзамене используются следующие показатели:

- 1) умение создавать концепции;
- 2) умение предлагать творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта;
- 3) владение навыками реализации концепции медиапроектов;
- 4) владение навыками создания, обработки, компоновки информации в различных средах и на различных носителях и платформах.

Для оценивания результатов обучения на экзамене используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Полное соответствие ответа обучающегося всем перечисленным критериям. Продемонстрированы знания в области коммуникативной деятельности в имиджелогии; умение применять технологии и инструментарий имиджелогии в проектной деятельности; владение способами конструирования различных типов имиджей. Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом данной области науки (теоретическими основами дисциплины), способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области...	<i>Повышенный уровень</i>	<i>Отлично</i>
Обучающийся владеет понятийным аппаратом данной области науки имиджелогии, способен применять технологии и инструментарий имиджелогии в проектной деятельности, допускает ошибки при конструировании различных типов имиджей.	<i>Базовый уровень</i>	<i>Хорошо</i>
Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым двум (трем) из перечисленных показателей, обучающийся дает неполные ответы на дополнительные вопросы. Демонстрирует частичные знания в области коммуникативной деятельности в сфере имиджелогии, не умеет конструировать имидж, допускает существенные ошибки в применении технологий и инструментария имиджелогии.	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Удовлетворительно</i>
Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым трем (четырем) из перечисленных показателей. Обучающийся	—	<i>Неудовлетворительно</i>

демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки в применении инструментария имиджелогии, не владеет способами конструирования различных видов имиджа.		
---	--	--