

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

Заведующий кафедрой
Кафедра связей с общественностью, рекламы и дизайна

 Тулупов В.В.

17.04.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.03.02 Этикет и имидж

Код и наименование дисциплины в соответствии с Учебным планом

1. Шифр и наименование направления подготовки/специальности:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

2. Профиль подготовки/специализации: «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации»

3. Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

4. Форма образования: заочная

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

6. Составители программы: Сухоруких Ирина Александровна, кандидат педагогических наук, доцент

7. Рекомендована: Научно-методическим советом факультета журналистики (протокол № 7 от 17.04.2025 г.)

8. Учебный год: 2026-2027

Семестр(-ы): 3

9. Цели и задачи учебной дисциплины.

Цели: Выяснить взаимосвязь нравственного поведения и личного имиджа публичной персоны, пути их гармоничного сопряжения и самосовершенствования личности профессионала в сфере связей с общественностью.

Задачи:

- Выяснить объем понятий «этика» и «этикет».
- Установить границы понятия «имидж» по отношению к понятию «этикет»;
- Продемонстрировать сущностную взаимосвязь этикета и личного имиджа публичной персоны в связи с задачами публичных рилейшнз и позиционированием в СМИ.

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 «Этикет и имидж» относится к вариативной части учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат) и входит в цикл дисциплин по выбору.

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) в условиях межкультурной коммуникации консалтинг в межкультурной коммуникации призван способствовать гармонизации общественных отношений.

Учебная дисциплина «Этикет и имидж» является предшествующей для дисциплины «Риторика». Дисциплине «Этикет и имидж» предшествует изучение дисциплины «Основы теории коммуникации».

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

Код	Название компетенции	Код	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1	Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь реализовывать типовые алгоритмы имиджевых проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть навыками реализации имиджевых кампаний, проектов и мероприятий

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. (в соответствии с учебным планом) — 108 часов /3 ЗЕТ.

Форма промежуточной аттестации (зачет/экзамен) ЭКЗАМЕН.

13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость	
		По семестрам

	Всего	семестр		
Аудиторные занятия				
в том числе:	лекции			
практические				
лабораторные				
Самостоятельная работа				
Форма промежуточной аттестации (зачет – 4час. / экзамен – 36 час.)				
Итого:				

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК
1. Лекции			
1.1	Этикет и этикетные качества и требования	Подходы к определению этикета. История понятия. Этикетные требования. Этикетные качества	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=3670
1.2	Имидж и типы имиджа	Имидж. Репутация. Многоаспектная типология имиджа.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=3670
1.3	Ситуативный этикет и деловой протокол	Этикетные модели поведения в профессиональной деятельности. Служебный этикет и имидж делового человека	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=3670
1.4	Этикет в технически опосредованной коммуникации	Технически опосредованная коммуникация как сфера этикетных ситуаций. Сетевой этикет.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=3670
1.5	Этикет и имидж в письменной коммуникации	Имиджевые тексты и паратексты. Деловое письмо в системе этикетных отношений и развития имиджа	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=3670
1.6	Имидж и конфликт	Конфликты в профессиональной сфере и управленческий этикет.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=3670
2. Практические занятия			
2.1	Этикет и этикетные качества и требования	Нормы этикета. Вежливость. Бесконфликтность. Толерантность.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=3670
2.2	Имидж и типы имиджа	Имидж делового человека. Публичная личность как носитель этикета. Этикет как показатель культуры личности.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=3670
2.3	Ситуативный этикет и деловой протокол	Этикетные ситуации. Деловой протокол. Учет менталитета личностей и групп в межкультурном общении.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=3670
2.4	Этикет в технически опосредованной коммуникации	Соблюдение этикетных правил при организации: телефонного разговора, SMS, в электронной почте.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=3670
2.5	Этикет и имидж в письменной коммуникации	Деловое письмо как отражение производственной ситуации. Этикет деловой письменной коммуникации. Деловое письмо как имиджеформирующий фактор. Байлайнер, поздравление, визитка, резюме как средства формирования имиджа личности.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=3670

2.6	Имидж и конфликт	Особенности конструирования имиджа в конфликтных ситуациях.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=3670
3. Лабораторные работы			
3.1	-	-	

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Этикет и этикетные качества и требования	1	-	-	14	15
2	Имидж и типы имиджа	1	-	-	14	15
3	Ситуативный этикет и деловой протокол	-	2	-	15	17
4	Этикет в технически опосредованной коммуникации	-	2	-	15	17
5	Этикет и имидж в письменной коммуникации	-	2	-	16	18
6	Имидж и конфликт	2	-	-	15	17
	Экзамен					36
	Итого:	4	6	-	89	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

Самостоятельная работа студентов является важной составляющей в подготовке будущего бакалавра в области рекламы и СО. Самостоятельная работа должна быть системной и проходить в тесном контакте с преподавателем. Она предполагает максимальную заинтересованность студентов в усвоении дисциплины, их творческую инициативу, умение планировать личное время.

Систематизированные основы научных знаний по изучаемой дисциплине закладываются на лекционных занятиях, посещение которых обязательно для обучающихся. В ходе занятия они внимательно следят за ходом изложения материала, аккуратно ведут конспект. Конспектирование – одна из форм активной самостоятельной работы, требующая навыков и умений кратко, системно, последовательно и логично формулировать положения тем. Культура записи – важнейший фактор успешного и творческого овладения материалом по узловым вопросам изучаемой дисциплины. Неясные моменты выясняются в конце занятия в отведенное на вопросы время. Рекомендуется в кратчайшие сроки после объяснения преподавателя проработать материал, а конспект дополнить и откорректировать. Последующая работа над конспектом воспроизводит в памяти содержание теоретического материала, позволяет дополнить запись, выделить главное, творчески закрепить изученное в памяти.

Помимо конспектов при подготовке к практическим занятиям студенты должны обращаться к учебникам, учебным и методическим пособиям, указанным в пунктах 15 и 16. Для обеспечения полноценной самостоятельной работы студентов преподавателями кафедры были разработаны следующие учебные пособия «Связи с общественностью: теория и практика», «Реклама и связи с общественностью: Теория и практика», «Задачник по PR».

На практических занятиях практикуются экспресс-опросы студентов, проведение мозговых штурмов при решении кейсов и задач по курсу.

Основное внимание следует уделять выработке у студентов навыков при выполнении практических заданий 1) в рамках внеаудиторной дидактической формы организации самостоятельной работы (подготовка мультимедийных презентаций); 2) в рамках научно-исследовательской формы организации самостоятельной работы (решение задач с применением научных методов при достижении целей курсовой работы).

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)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Егоров, В. П. Дипломатический протокол и этикет / В. П. Егоров, А. В. Слинков. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2023. — 208 с. — ISBN 978-5-507-48087-6.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
2	Профессиональная этика и этикет : учебное пособие / составитель Е. В. Балашова. — Барнаул : АлтГИК, 2020. — 241 с.
3	Основы этикета : учебное пособие / составители Е. С. Кущенко, С. А. Ряднова. — Белгород : БГИИК, 2020. — 85 с.
4	Жесткова, Н. А. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / Н. А. Жесткова. — Самара: ПГУТИ, 2021. — 85 с.
5	Профессиональная этика и служебный этикет : методические указания / составители О. Н. Малахова, О. А. Жученко. — Ижевск : Ижевская ГСХА, 2020. — 24 с.

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

№ п/п	Источник
6	ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/
7	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: https://lib.vsu.ru/
8	Независимый журнал о PR– Режим доступа: http://www.mediabitch.ru
9	Сайт о творчестве – Режим доступа: http://www.adme.ru

* Вначале указываются ЭБС, с которыми имеются договора у ВГУ, затем открытые электронно-образовательные ресурсы

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	Задачник по PR: практикум / А.А.Давтян, Р.В.Дыкин, Е.Ю.Красова, и др./ под ред. Щекиной И.А. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2020. - 146 с.
2	Коммуникационный проект (творческая ВКР) : учебно-методическое пособие / под ред. Е.Б. Кургановой, Е.Е. Топильской, Л.С. Щукиной, А.А. Давтян. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2016. – 58 с.
3	Теория и практика рекламы и связей с общественностью / М. А. Шилова, В. В. Тулупов, Е. Ю. Красова [и др.]; – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2022. – 364 с.
4	Учебно-методическое пособие по подготовке ВКР на кафедре связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ / А. А. Давтян, Р. В. Дыкин, Е. Ю. Красова, и др./ под ред. И. А. Щекиной. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2021. – 108 с.

17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)

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

При реализации программы применяется смешанное обучение – образовательный подход, совмещающий обучение с участием преподавателя (лицом к лицу) с онлайн-обучением и предполагающий элементы самостоятельного контроля учащимся времени, места и темпа обучения, а также интеграцию опыта обучения с преподавателем и онлайн. Данный подход реализуется с помощью ЭУМК «Имидж» <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=3670>. В ходе занятий с участием преподавателя используются информационно-коммуникационные технологии (лекция-презентация, выступления, доклады), групповые технологии (например, при выполнении прикладного проекта в команде), игровые технологии (внедрение игрофицированных элементов в процесс обучения), кейс-технологии (ситуационные задачи и упражнения, анализ конкретных ситуаций (кейс-стади), игровое проектирование) и другие. Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb), экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell; ПК (intel/4Gb/HDD 500Gb), Тв 55" Haier

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы:

ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.);

ауд. 118 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244;

ПК (Intel/16Gb/HDD 1Tb) (10 шт), Тв 55" Haier

ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb)(10 шт.); экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean.

Программное обеспечение:

WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление), СПС «ГАРАНТ-Образование».

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	Этикет и этикетные качества и требования	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Мозговой штурм
2	Имидж и типы имиджа			Решение задачи, Защита концепции проекта
3	Ситуативный этикет и деловой протокол			Практическое задание
4	Этикет в технически опосредованной коммуникации			Практическое задание
5	Этикет и имидж в письменной коммуникации			Практическое задание
6	Имидж и конфликт			Практическое задание
	Промежуточная аттестация форма контроля - экзамен			Перечень вопросов Практическое задание Тест

20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

20.1.1 Тестовые задания

Данные задания рекомендуются для включения в состав фонда оценочных средств для проверки остаточных знаний по компетенции (компетенциям)

Вариант 1

1 Верны ли определения?

А) Один из основных способов нормативной регуляции действий человека в обществе; форма общественного сознания – это мораль.

- Б) Формы поведения, деятельности и отношений людей; моральная практика – это нравственность.
- 2 В деловой этике осознание невозможности немедленного преодоления слабости партнера, его недостатков – это проявление принципа _____
- 3 Продолжите фразу: «Будучи модным, костюм должен....»
- 4 Автором термина «этика» является _____
- 5 Выберите верные определения:
- А) Отношения, в которые вступают люди, совершая моральные (аморальные) поступки, — это нравственные отношения.
- Б) Отношения, в которые вступают люди, совершая моральные (аморальные) поступки, — это нравственная деятельность.
- 6 Верны ли определения?
- А) Раздел этики, где выясняется место морали в системе общественных отношений применительно к конкретным социальным условиям, называется социальной этикой.
- Б) Раздел этики, где выясняется место морали в системе общественных отношений применительно к конкретным социальным условиям, называется профессиональной этикой.
- 7 Верны ли утверждения?
- А) Термин «этика» появился в древней Греции.
- Б) Термин «этика» появился в Европе эпохи Возрождения.
- 8 Верны ли утверждения?
- А) У себя в кабинете руководитель не встает, если к его столу подходит сотрудник-женщина для решения текущего вопроса.
- Б) В случае длительного разговора начальник предлагает сотруднице сесть.
- 9 Выберите один правильный вариант ответа: Какие деловые письма пишутся на гербовом бланке и скрепляются печатью?
- А) Информационные
- Б) Рекламные
- В) Гарантийные
- 10 Выберите один правильный вариант ответа: Какие обязательные атрибуты должно иметь деловое письмо?
- А) Бланк учреждения с банковскими реквизитами
- Б) Дата и регистрационный номер
- В) Ссылка на номер и дату документа
- Г) Личная подпись руководителя
- Д) Все перечисленное
- 11 Если вам предстоит познакомить двух людей:
- А) обязательно представить хотя бы одного человека и можно уйти, предоставляя возможность наладить людям контакт;
- Б) можно просто сказать: «Познакомьтесь»;
- В) обязательно и представить: соблюсти порядок при представлении, назвать имя либо отчество, либо имя, отчество, фамилию, желательно упомянуть вид деятельности или род занятий.
- 12 Согласно этикетным нормам не следует представлять:
- А) младшего по возрасту – старшему по возрасту;
- Б) женщину – мужчине;
- В) имеющего более низкий должностной статус – имеющему более высокий должностной статус;
- Г) одного сотрудника – группе сотрудников.
- 13 Закончите фразу: «Согласно общим правилам вежливости, первый приветствует...»:
- А) опаздывающий – ожидающего;
- Б) старший – младшего;
- В) стоящий – проходящего;
- Г) находящийся в помещении – входящего.
- 14 Обращение «ты» допустимо:
- А) в официальной обстановке по отношению к хорошо знакомому человеку;
- Б) в неофициальной обстановке при обращении к хорошо знакомому коллеге;
- В) во всех случаях при условии, что вы заранее предложите перейти на «ты».
- 15 Эталон длительности делового разговора по телефону:
- а) 1-3 минуты;
- б) 7-10 минут;
- в) 3-5 минут;
- г) длительность телефонного разговора зависит от характера обсуждаемой проблемы.
- 16 Как долго можно держать абонента в режиме ожидания в ситуации делового общения:
- а) это недопустимо;
- б) в зависимости от времени, необходимого для поиска информации;
- в) не более 3 минут;
- г) не более 1 минуты.

17 На официальных приемах темный костюм и белая рубашка являются классическим вариантом для мужчин:

- А) да, это верно;
- Б) нет, на официальных приемах нужно быть во фраке или смокинге;
- В) нет, все зависит от модных тенденций.

18 Смокинг предназначен:

- А) для вечерних неофициальных мероприятий;
- Б) дневных и вечерних неофициальных мероприятий;
- В) официальных вечерних мероприятий.

19 Визитная карточка фирмы не содержит:

- А) полное официальное название фирмы;
- Б) логотип;
- В) почтовый адрес;
- Г) адрес в Интернете;
- Д) телефоны секретариата;
- Е) банковские реквизиты;
- Ж) направление деятельности фирмы.

20 Стандартный размер персональной деловой визитной карточки:

- а) 50 x 90 мм;
- б) 50 x 75 мм;
- в) 50 x 95 мм;
- г) все ответы неверны.

21 Здраваться нужно:

1. только утром; 2. столько раз, сколько встречаешь человека; 3. только первый раз при встрече.

22 Услышав комплимент, нужно:

1. промолчать; 2. смутиться; 3. сказать «спасибо»; 4. опровергнуть сказанное; 5. согласиться.

23 Установить размеры дистанций деловых переговоров

- А) Интимная
- Б) Личная
- В) Социальная

24 Наиболее торжественная деловая трапеза: ...

- А) Фуршет
- Б) Деловой обед
- В) Деловой ужин
- Г) Деловой завтрак

25 За столом переговоров любят блеснуть красноречием и эрудицией

- А) Французы
- Б) англичане

Ключ: Вариант 1

- 1 А, Б
- 2 Терпимости
- 3 соответствовать конкретной ситуации, своему функциональному назначению
- 4 Аристотель
- 5 А
- 6 А
- 7 А
- 8 А, б
- 9 В
- 10 Д
- 11 В
- 12 Б
- 13 А
- 14 В
- 15 А
- 16 А
- 17 А
- 18 В

- 19 Е
- 20 А
- 21 2
- 22 3
- 23 А) 0,15-0,5; Б) 0,6-1,2; В) 1,2-2,5
- 24 В
- 25 А

Вариант 2

- 1 Мораль – это _____
- 2 Моральное качество, характеризующее поведение человека, для которого уважение к людям стало повседневной нормой поведения и привычным способом общения с окружающими — это _____
- 3 Нравственность – это _____
- 4 Выберите один правильный вариант ответа: Как принято обозначать тему делового письма?
 - А) Напечатать другим цветом
 - Б) Подчеркнуть или напечатать заглавными буквами
 - В) Обозначить текстовыделителем
- 5 Выберите один правильный вариант ответа: Какое обращение считается стандартным для деловой переписки неличного характера?
 - А) Дорогой...
 - Б) Уважаемый...
 - В) Господин...
- 6 Выберите один правильный вариант ответа: Какая форма окончания делового письма считается предпочтительной?
 - А) До свидания
 - Б) До встречи
 - В) С уважением
- 7 Верны ли утверждения?
 - А) Лояльный поступок – это поступок человека, благожелательно относящегося к кому-либо.
 - Б) Лояльный поступок – это поступок человека с позиций морального формализма.
- 8 Верны ли утверждения?
 - А) Посетитель, входящий в комнату учреждения, не должен стучать в дверь.
 - Б) Посетитель, входящий в комнату учреждения, должен стучать в дверь.
- 9 Согласно правилам этикета, всегда представляют первыми:
 - А) старших, начальство, более авторитетных людей, равных по положению, возрасту и полу, родителей, женщин, менее близкого знакомого – более близкому;
 - Б) младших по возрасту, сотрудников, менее авторитетных, близких родственников, мужчин (независимо от их возраста и положения), одного – группе;
 - В) тех, кто больше нравится представляющему.
- 10 Когда представляют мужчину:
 - А) он должен встать;
 - Б) он может встать или оставаться сидеть – по своему усмотрению;
 - В) он может оставаться сидеть, за исключением случаев, когда его представляют высокопоставленному лицу.
- 11 Первыми приветствуют:
 - А) младшие по возрасту, рангу – старшего; мужчина – женщину;
 - Б) те, кто первыми заметили человека;
 - В) все присутствующие – входящую в помещение женщину, собравшиеся – входящего.
- 12 В деловых отношениях между мужчиной и женщиной предложение о переходе на «ты» должно исходить:
 - А) от женщины;
 - Б) от мужчины;
 - В) от любого.
- 13 Звонить по домашнему телефону сослуживцу, деловому партнеру для служебного разговора можно:
 - А) до 24 часов;
 - Б) до 20 часов;
 - В) до 22 часов;
 - Г) до 18 часов.
- 14 После какого звонка следует снимать трубку в ситуациях делового общения?
 - а) после первого звонка;
 - б) после третьего;
 - в) сразу;

г) после пятого.

15 Приемлемые аксессуары для деловой женщины:

- а) ожерелье, серьги, не более двух колец, часы;
- б) кулон, браслет, кольцо;
- в) для деловой женщины неприемлемы броский макияж и украшения
- г) обручальное кольцо, серьги, часы.

16 Фрак обычно надевают:

А) на праздник;

Б) официальные, торжественные вечерние приемы, а также на балы, исключением являются дневные приемы;

В) официальные торжественные приемы, а также на балы. В особо торжественных случаях – на дневные приемы, проходящие в закрытом помещении.

17 Среди мужских деловых костюмов самым консервативным считается:

А) смокинг, к нему белая рубашка с мягким воротничком; галстук-бабочка в цвет смокинга;

Б) однобортный костюм синего цвета; к нему белая или светло-голубая рубашка, темно-бордовый галстук;

В) однобортный костюм синего цвета; к нему белая или светло-голубая рубашка, однотонный галстук в мелкий горошек или косую полоску.

18 В типовой визитной карточке сотрудника не указывается:

А) должность сотрудника;

Б) служебный телефон;

В) домашний адрес сотрудника;

Г) фамилия, имя;

Д) название фирмы;

Е) почтовый адрес фирмы.

19 Первый вручает свою визитную карточку:

А) младший по должности;

Б) старший по должности.

20 Визитная карточка, на которой не обозначены ФИО сотрудника, называется:

а) корпоративная;

б) визитная карточка для коротких встреч и переговоров;

в) бейдж;

г) персональная деловая визитная карточка.

21 Следует приветствовать:

1. незнакомого человека, который с Вами поздоровался;

2. незнакомого человека, который с Вами не поздоровался;

3. спутника Вашего знакомого;

4. попутчика в городском транспорте, незнакомого с Вами, но встреченного многократно;

5. попутчика в поезде.

22 Выберите уместный комплимент:

1. «Вы сегодня прекрасно выглядите»;

2. «У Вас замечательный автомобиль»;

3. «Ваше платье изумительно подходит к Вашим глазам»;

4. «Вы очень умная женщина».

23 Установить дистанцию:

1) Интимная

2) Социальная

3) Публичная

А) Доклад на конференции; Б) Беседа с клиентом; В) Приветствие партнеров

24 Виды деловых трапез: ...

А) бизнес-ланч

Б) барбекю

В) фуршет

Г) деловой обед

Д) пикник

25 По окончании рабочего дня не принято говорить о делах

А) У французов

Б) У англичан

1 Ключ: один из основных способов нормативной регуляции действий человека в обществе; форма общественного сознания

2 вежливость

- 3 формы поведения, деятельности и отношений людей; моральная практика
- 4 Б
- 5 Б
- 6 В
- 7 А
- 8 А
- 9 Б
- 10 А
- 11 А
- 12 А
- 13 Б
- 14 А
- 15 Г
- 16 В
- 17 А
- 18 В
- 19 А
- 20 А
- 21 1
- 22 3
- 23 1-Б; 2-В; 3-А
- 24 А, В, Г
- 25 Б

26 20.1.2 Перечень заданий для контрольных работ

Задание 1 Выясните черты сходства и различия для пар близких (синонимичных) и смежных (связаны сферой функционирования) понятий и их дефиниций:

Этикет. Этика. Вежливость. Воспитанность. Учивость. Уважительность. Имидж. Образ. Толерантность. Терпимость. Деликатность. Тактичность. Пунктуальность. Обязательность. Ответственность. Репутация. Паблсити. Диффамация. Оporочивание. Конфликт. Спор. Унижение. Доброе имя. Ксенофобия. Дружелюбие. Грубость. Агрессивность. Аффективность. Бесконфликтность.

Задание 2 Лаконично (в 5 – 7 предложениях) охарактеризуйте тот или иной тип личности, воплощенный в одной из пословиц или поговорок, в одном из крылатых выражений. Акцентируйте внимание на отражении в их содержании взаимосвязи этикета, этики и задач создания личностного имиджа.

А) «В человеке должно быть всё прекрасно: и лицо, и одежда, и душа, и мысли» (А.П.Чехов);

Б) Хороший почерк – признак вежливости, каллиграфический почерк – признак благородства.

В) «Мы любим не человека, а его свойства» (Блез Паскаль);

Г) «Осознать ошибку – мудрость. Не скрыть ошибку – честность» (Цзи Юнь);

Д) Точность – вежливость королей;

Е) Пел про себя и разгневался: никто не подпеваает (осетинская пословица);

Ж) Плох тот, кто не хочет, чтобы его видели (арабская пословица);

З) Будешь плох – не поможет и Бог (русская пословица);

Е) После меня хоть потоп.

Задание 3 На первом заседании госДумы шестого созыва 12.01.2012 по ТВ показали депутата И.Кобзона разговаривавшим по мобильному телефону в то время, как сидевший на ряд ниже депутат выступал. Дайте оценку тому, как характеризует И.Кобзона такое поведение в официальной ситуации? Почему председатель госДумы С.Е.Нарышкин не сделал замечания депутату?

Задание 4 Проанализируйте слоганы лидера ЛДПР во время кампании по избранию президента РФ в 2012 году «Жириновский или будет хуже», «Жириновский и будет лучше». В чём, на Ваш взгляд, состоит причина вариативности слогана? Предложите Ваш вариант слогана для лидера ЛДПР к кампании по выборам президента РФ.

Задание 5 Проанализируйте слоганы ЛДПР во время выборов в государственную Думу в 2011 году «Мы за русских, мы за бедных!» и «Мы за бедных!». В чём, на Ваш взгляд, состоит причина вариативности

слогана? Сравните прагматическую направленность слоганов «Мы за бедных» и «Мы против нищих», «Мы за бедных» и «Мы за богатых», оптимизируйте слоган для ЛДПР.

Эталонные ответы

1	Вежливость – общеэтикетное требование. Деликатность – утонченное проявление вежливости.
2	(А)Таков облик гармоничной личности. (Е) Так характеризуется безответственная личность.
3	Поведение депутата неэтикетное. Характеризует пренебрежение к законотворческой деятельности (исполнению обязанностей). Спикер позаботился об имидже публичной персоны.

Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при текущей аттестации

Для оценивания результатов обучения в ходе текущей аттестации используются следующие показатели:

1. Знание типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
2. Умение реализовывать типовые алгоритмы имиджевых проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
3. Владение навыками реализации имиджевых кампаний, проектов и мероприятий

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
<p>Обучающийся в полной мере владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области СО.</p> <p>Обучающийся владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области СО, но допускает при этом отдельные ошибки.</p> <p>Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины, фрагментарно способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, не умеет применять теоретические знания для решения практических задач в области СО.</p>	Повышенный, базовый и пороговый уровни	Отлично Хорошо Удовлетворительно/Зачтено
Обучающийся демонстрирует отрывочные знания теоретических основ дисциплины, допускает грубые ошибки в ходе решения практических задач в области СО.	–	Неудовлетворительно/ Незачтено

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Собеседования по вопросам к экзамену

(наименование оценочного средства промежуточной аттестации)

20.2.1 Перечень вопросов к экзамену

- 1 Имидж как результат деятельности PR-специалиста.
- 2 Ценностные характеристики имиджа.
- 3 Эмоционально-психологические характеристики имиджа.
- 4 Конфликт и репутация.
- 5 Репутация и имидж.
- 6 Ситуативный этикет.
- 7 Резюме: этикетный и имиджевый аспекты.

- 8 Визитка: этикетный и имиджевый аспекты.
- 9 Деловое письмо: этикетный и имиджевый аспекты.
- 10 Гендерный аспект имиджа.
- 11 Этикет и имидж: межкультурный аспект.
- 12 Анализ имиджа в этикетной ситуации
- 13 Нормы этикета. Вежливость. Бесконфликтность. Толерантность.
- 14 Имидж. Репутация. Многоаспектная типология имиджа.
- 15 Публичная личность как носитель этикета. Этикет как показатель культуры личности.
- 16 Этикетные ситуации. Деловой протокол. Учет менталитета личностей и групп в межкультурном общении.
- 17 Деловой человек как носитель этикета и имиджа. Различия по полу, возрасту, социальному статусу.
- 18 Технически опосредованная коммуникация как сфера этикетных ситуаций. Телефонный разговор. SMS. Электронная почта.
- 19 Деловое письмо как отражение производственной ситуации. Этикет деловой письменной коммуникации. Деловое письмо как имиджеформирующий фактор.
- 20 Байлайнер, поздравление, визитка, резюме как средства формирования имиджа личности.
- 21 Имидж и конфликт.

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

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах тестирования; письменной работы (контрольной работы); оценки результатов практической деятельности (курсовая работа). Критерии оценивания приведены выше.

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

Промежуточная аттестация может включать в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и практическое задание, позволяющее оценить степень сформированности умений и навыков.

При оценивании используется следующая шкала:

5 баллов ставится, если обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их при решении практических задач;

4 балла ставится, если обучающийся демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, но допускает незначительные ошибки, неточности, испытывает затруднения при решении практических задач;

3 балла ставится, если обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, допускает значительные ошибки при решении практических задач;

2 балла ставится, если обучающийся демонстрирует явное несоответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям.

При сдаче экзамена:

оценка «отлично» – 5 баллов,

оценка «хорошо» – 4 балла,

оценка «удовлетворительно» – 3 балла,

оценка «неудовлетворительно» – 2 балла.

При сдаче зачета:

«зачтено» – 3-5 баллов,

«не зачтено» – 2 балла.

Программа рекомендована протоколом НМС факультета журналистики №7 от 17.04.2025 г.