

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: очная

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: 2028-2029

Семестр(-ы): 8

9. Цели и задачи учебной дисциплины.

Цели: Выяснить взаимосвязь нравственного поведения и личностного 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»;
- Продemonстрировать сущностную взаимосвязь этикета и личностного 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» входит в цикл дисциплин по выбору по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

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	2	2	-	6	10
2	Имидж и типы имиджа	2	2	-	6	10
3	Ситуативный этикет и деловой протокол	4	4	-	8	16
4	Этикет в технически опосредованной коммуникации	4	4	-	8	16
5	Этикет и имидж в письменной коммуникации	2	2	-	6	10
6	Имидж и конфликт	2	2	-	6	10
	Экзамен			-		36
	Итого:	16	16	-	40	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. Слиньков. — 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. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/178022

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 Acdmс, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс, 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
3	Ситуативный этикет и деловой протокол			Практическое задание, Защита концепции проекта
4	Этикет в технически опосредованной коммуникации			Практическое задание, Защита концепции проекта
5	Этикет и имидж в письменной коммуникации			Практическое задание, Защита концепции проекта
6	Имидж и конфликт			
	Промежуточная аттестация форма контроля - экзамен			Перечень вопросов Практическое задание

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

Задания для проверки компетенции ПК-1

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 Здороваться 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. Опорочивание. 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 подпевает (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
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. 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. 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.	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.

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