

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 19.08.2026 14:11:42
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

**Оценочный материал для промежуточной аттестации по дисциплине
«Имидж и репутация работодателя», 6 семестр**

Код, направление подготовки	38.03.03. Управление персоналом
Направленность (профиль)	Кадровая политика и управление трудовой деятельностью в организации
Форма обучения	Очное
Кафедра-разработчик	Государственного и муниципального управления и управления персоналом
Выпускающая кафедра	Государственного и муниципального управления и управления персоналом

Типовые задания для контрольной работы:

Блок 1. Вопросы на знание базовых понятий

1. Дайте определение понятию «имидж». Чем имидж отличается от репутации?
2. Перечислите основные функции имиджа (не менее четырех).
3. Что такое габитарный компонент имиджа? Приведите примеры.
4. Какие виды имиджа выделяют по критерию «объект носитель» (индивидуальный / корпоративный)?
5. Дайте определение «деловой репутации» как нематериальному активу.
6. Что такое «репутационные риски»? Назовите три основных источника таких рисков.
7. Чем отличается зеркальный имидж от желаемого?
8. Назовите три функции репутации в бизнес-среде.

Блок 2. Вопросы на понимание технологий и механизмов

9. Перечислите этапы формирования целенаправленного имиджа (от диагностики до мониторинга).
10. Что такое самопрезентация? Назовите три ее основные формы (вербальная, невербальная и др.).
11. Какие типичные ошибки допускают при построении персонального имиджа? Назовите не менее трех.
12. Каким образом СМИ влияют на репутацию организации?
13. Что входит в понятие «антикризисные коммуникации» при управлении репутацией?
14. Как работает механизм «управления отзывами» (reviews) в онлайн-среде?
15. В чем суть принципа аутентичности при создании имиджа?
16. Какие невербальные сигналы наиболее значимы для формирования первого впечатления

Типовые вопросы к зачету:

1. Понятие имиджа: определение, сущность, основные подходы к трактовке.
2. Понятие репутации: определение, отличие от имиджа (сравнительный анализ).
3. Структура имиджа: основные компоненты (габитарный, вербальный, кинетический, средовой, овеществленный).
4. Функции имиджа (адаптационная, коммуникативная, ценностная, психологической защиты и др.).
5. Функции репутации в профессиональной и деловой среде.
6. Виды имиджа: зеркальный, текущий, желаемый, стратегический.
7. Индивидуальный и корпоративный имидж: общее и различия.
8. Репутация как нематериальный актив: влияние на капитализацию и доверие.
9. Репутационные риски: понятие, источники, способы минимизации.
10. Этапы формирования целенаправленного имиджа (диагностика, проектирование, внедрение, мониторинг).
11. Технологии самопрезентации: вербальная, невербальная, визуальная, событийная.
12. Принципы построения эффективного имиджа (аутентичность, целостность, адекватность контексту).
13. Типичные ошибки при формировании имиджа и способы их коррекции.
14. Невербальная составляющая имиджа: мимика, жесты, поза, взгляд, дистанция.
15. Габитарный имидж: одежда, прическа, аксессуары, макияж как элементы образа.
16. Вербальный имидж: культура речи, лексика, интонация, голосовые характеристики.
17. Управление деловой репутацией (Reputation Management): инструменты и методы.
18. Роль PR и работы со СМИ в формировании репутации.
19. Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации.
20. Управление отзывами и репутацией в онлайн-среде (социальные сети, отраслевые платформы).
21. Влияние первого впечатления на формирование имиджа (эффект ореола).

22. Этические аспекты создания имиджа: манипуляция, достоверность, границы допустимого.
23. Методы диагностики текущего имиджа (опросы, ассоциативные тесты, контент-анализ).
24. Стратегии коррекции негативного имиджа и восстановления репутации.
25. Роль личного бренда в современной профессиональной деятельности.
26. Взаимосвязь репутации лидера и репутации организации.
27. Репутационный аудит: цель, этапы, методы проведения.
28. Особенности формирования имиджа в публичной сфере (политика, шоу-бизнес, медиа).
29. Особенности формирования имиджа в бизнес-среде (руководитель, топ-менеджер, компания).
30. Кейс-метод в управлении репутацией: анализ успешных и неудачных стратегий.