

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
 Должность: ректор  
 Дата подписания: 13.06.2024 10:55:17  
 Уникальный идентификатор документа:  
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

**Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:**

*Технологии формирования профессионального имиджа, 3 семестр*

Код направления подготовки	44.03.04 Педагогическое образование
Направленность (профиль)	Технологии и практики современного образования
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Педагогики профессионального и дополнительного образования
Выпускающая кафедра	Педагогики профессионального и дополнительного образования

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса
ПК-3	1. Какие две составляющие включает в себя содержание понятия «имидж организации»?	а. познавательную и оценочностную б. описательную и оценочностную в. описательную и бытийную	низкий
ПК-3	2. Имидж – это	а. эмоционально окрашенный психический образ чего-либо или кого-либо б. облик предмета в. восприятие человека человеком	низкий
ПК-3	3. Имидж создается в процессе коммуникации и определяется	а. социопедагогическими основаниями б. социодемографическими основаниями в. социокультурными основаниями	низкий
ПК-3	4. Термины «имидж», «репутация», «идентичность», «организационная культура» являются:	а. синонимами б. четко взаимосвязанными понятиями в. не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками	низкий
ПК-3	5. Формирование делового имиджа следует начинать с ...	а. создания имидж-портрета б. выбора стратегии	низкий

		в. формулирования имиджевых целей	
ПК-3	6. Стратегия универсального имиджа предполагает создание имиджа на основе общественных идеалов и социальных...		средний
ПК-3	7. Верно ли, что деловая одежда в первую очередь должна быть дорогой и модной	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Да</li> <li>• нет</li> </ul>	средний
ПК-3	8. При создании делового имиджа необходимо учитывать	<ul style="list-style-type: none"> <li>а. характер внешней среды</li> <li>б. ожидания аудитории</li> <li>в. корпоративные принципы</li> </ul>	средний
ПК-3	9. Тремя показателями при определении цветотипа человека являются	<ul style="list-style-type: none"> <li>а. подтон кожи</li> <li>б. волосы</li> <li>в. глаза</li> <li>г. зубы</li> <li>д. рост</li> </ul>	средний
ПК-3	10. Что не является вербальным элементом имиджа?	<ul style="list-style-type: none"> <li>а. Речь</li> <li>б. Почерк</li> <li>в. Одежда</li> <li>г. репутация</li> </ul>	средний
ПК-3	11. Эффект ... проявляется в искажающем влиянии эмоционально значимой информации в процессе восприятия другого человека. первичности ореола бумеранга		средний
ПК-3	12. Такой элемент имиджа, как кинесика, включает в себя...	<ul style="list-style-type: none"> <li>а. тембр голоса</li> <li>б. силу у дарения</li> <li>в. высоту голоса</li> <li>г. распределение пауз</li> <li>д. жесты,</li> <li>е. мимику</li> <li>ж. позы</li> </ul>	средний

ПК-3	13. Верно ли, что дресс-код – это ... форма одежды, требуемая во время посещений определенных мероприятий, заведений и организаций	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Да</li> <li>• нет</li> </ul>	средний
ПК-3	14. Стратегия ... предполагает создание имиджа на основе разрушения стереотипов.		средний
ПК-3	15. ... имидж – это мнение о человеке, возникшее на основе восприятия его внешнего вида, начиная от телосложения, цвета волос и глаз, заканчивая одеждой, прической, аксессуарами.		средний
ПК-3	16. Соотнесите подходы к понятию «имидж» с их описанием	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Функциональный</li> <li>2. Сопоставительный</li> <li>3. Зеркальный</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>а. Разновидность имиджа, которая характеризуется нашими собственными представлениями о самом себе</li> <li>б. Сравнение близких по значению имиджей</li> <li>в. Рассмотрение типов имиджа с точки зрения различных видов деятельности</li> </ol>	высокий
ПК-3	17. Перечислите причины разработки профессионального брендинга педагога	<ol style="list-style-type: none"> <li>а. Обеспечение конкурентоспособности педагога.</li> <li>б. Необходимость изменения личностной позиции педагога и его переход в</li> </ol>	высокий

		<p>статус самостоятельного профессионального служащего на рынке образовательных услуг.</p> <p>в. Необходимость качественного преобразования профессиональных компетентностей современного педагога.</p> <p>г. Конформизм педагога</p>	
ПК-3	18. Из каких компонентов состоит персональный бренд педагога?	<p>а. Профессионализм педагога.</p> <p>б. Инертность педагога</p> <p>в. Креативность педагога.</p> <p>г. Востребованность.</p>	высокий
ПК-3	19. Какие структурные компоненты относятся к имиджу образовательной организации?	<p>а. Позитивный образ руководителя</p> <p>б. Качество образовательных услуг</p> <p>в. Менталитет</p> <p>г. Визуальный и внутренний образы</p> <p>д. Образ персонала</p> <p>е. Внешняя атрибутика</p>	высокий
ПК-3	20. Определите верную последовательность действий для создания персонального бренда педагога	<p>а. Изучение конкурентов на рынке труда.</p> <p>б. Определение области применения педагогом своего профессионализма.</p> <p>в. Самоопределение педагога.</p> <p>г. Позиционирование себя</p> <p>д. Накопление, обработка, систематизация информационных педагогических ресурсов.</p>	высокий