

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
 Должность: ректор  
 Дата подписания: 14.06.2024 09:07:48  
 Уникальный программный ключ:  
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

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

**Этнопсихология, СЕМЕСТР 9**

Код, направление подготовки	37.05.02 Психология служебной деятельности
Направленность (профиль)	Морально-психологическое обеспечение служебной деятельности
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Психологии
Выпускающая кафедра	Психологии

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса	Кол-во баллов за правильный ответ
ОК-5, ПК-2	<b>Укажите один правильный ответ</b> 1. Процедура, направленная на создание у людей определенного образа человека с определенной оценкой этого образа в виде осознаваемого или неосознаваемого мнения об этом человеке для достижения психологического притяжения аудитории имиджа к данному человеку	а) развитие имиджа б) формирование имиджа в) имиджмейкинг	низкий	2,0
ОК-5, ПК-2	<b>Укажите один правильный ответ</b> 2. Мотивация, направленная на повышение самооценки и достижение психологического комфорта	а) психологическая; б) прагматическая; в) личностная	низкий	2,0
ОК-5, ПК-2	<b>Укажите один правильный ответ</b> 3. Комплексная практическая дисциплина, использующая отдельные результаты ряда наук, в том числе социальная психологии, культурологии и др., целью которой является создание методологического и методического оснащения	а) психология имиджа, б) имиджелогия, в) костюмология	низкий	2,0

	для профессиональной деятельности по созданию и преобразованию имиджа.			
ОК-5, ПК-2	<b>Укажите один правильный ответ</b> 4. Основатель имиджологии	а) В.М. Шепель б) К. Болдуинг в) О. Феофанов	низкий	2,0
ОК-5, ПК-2	<b>Укажите один правильный ответ</b> 5. Автор определения «имидж – символический образ субъекта, создаваемый в процессе субъект-субъектного взаимодействия.	а) В.М. Шепель б) А.Ю. Панасюк в) Е.Б. Перелыгина	низкий	2,0
ОК-5, ПК-2	<b>Укажите все правильные ответы</b> 6. Виды имиджа	а) персональный имидж б) политический имидж; в) имидж руководителя; г) имидж организации; д) имидж территории; е) имидж идеи, проекта; ж) имидж человека; з) имидж товара.	средний	5,0
ОК-5, ПК-2	<b>Укажите все правильные ответы</b> 7. Виды имиджа	а) габитарный, б) средовой, в) вербальный, г) невербальный, д) вещный, е) кинетический	средний	5,0
ОК-5, ПК-2	<b>Укажите все правильные ответы</b> 8. Технологические функции имиджа	а) межличностной адаптации б) возвышение имиджа в) высвечивания лучших личностно-деловых качеств г) затенения негативных личностных характеристик д) организация внимания е) преодоления возрастных рубежей	средний	5,0
ОК-5, ПК-2	<b>Укажите все правильные ответы</b> 9. Функции делового имиджа	а) аксиологическая, б) профессиональная, в) адаптационная г) коммуникативная д) карьерная е) психотерапевтическая ж) психологическая	средний	5,0
ОК-5, ПК-2	<b>Укажите все неверные ответы</b> 10. Имидж выражается в том, что человек целеустремленно работает над своим имиджем, пытаясь	а) наведенный имидж б) развивающийся имидж в) деградирующий	средний	5,0

	наиболее полноценно раскрыть свою индивидуальность			
ОК-5, ПК-2	<b>Укажите все правильные ответы</b> 11. Требования к имиджу	а) позитивность б) результативность в) развитийность г) управляемость д) гармоничность е) целенаправленность	средний	5,0
ОК-5, ПК-2	<b>Укажите все неверные ответы</b> 12. Имидж не изменяющимся, подразумевая, что личностные изменения человека не ведут за собой изменения в его имидже	а) наведенный имидж б) развивающийся имидж в) деградирующий	средний	5,0
ОК-5, ПК-2	<b>Укажите все правильные ответы</b> 13. Принципы имиджирования	1. Принцип самовоспитания и самосовершенствования 2. Принцип гармонии визуального образа 3. Принцип развития 4. Принцип коммуникативного и речевого воздействия 5. Принцип эффективной коммуникации 6. Принцип саморегуляции	средний	5,0
ОК-5, ПК-2	<b>Укажите все правильные ответы</b> 14. Часть корпоративной культуры компании, отражающая требования к внешнему виду сотрудников и руководителей в соответствии с философией и стилем управления компании	а) философия компании б) дресс-код в) корпоративная культура	средний	5,0
ОК-5, ПК-2	15. <b>Впишите недостающее слово на месте пропуска</b> 15. _____ сочетание внешних признаков человека и структуры его костей	а) пропорции б) телосложение в) конституция	средний	5,0
ОК-5, ПК-2	<b>Впишите недостающее слово на месте пропуска</b> 16. _____ процесс предпочтения одних людей другим, взаимного притяжения	а) ассертивность б) аттракция в) фасцинация г) межличностная аттракция	высокий	8,0

	между людьми, умение вызывать взаимную симпатию			
ОК-5, ПК-2	<b>Впишите недостающее слово на месте пропуска</b> 17. _____ от англ. fascination очарование) - специально организованное вербальное воздействие на поведение человека с целью формирования доверия и повышения эффективности воздействия информации.	а) ассертивность б) аттракция в) фасцинация	высокий	8,0
ОК-5, ПК-2	<b>Впишите недостающее слово на месте пропуска</b> 18. _____ (от лат. attrahere - привлекать, притягательность) - не только умение нравиться другим, но и процесс формирования привлекательности какого-то человека для воспринимающего, и продукт этого процесса, то есть некоторое качество отношения.	а) ассертивность б) аттракция в) фасцинация	высокий	8,0
ОК-5, ПК-2	<b>Выберите правильную комбинацию ответов</b> 19. Укажите комбинации стратегий формирования имиджа:	а) «Креативный взрыв»; б) Стратегия целевого имиджа; в) Стратегия универсального имиджа 1. Стратегия имиджа ориентирована на конкретную имиджевую аудиторию и ее ожидания; 2. Стратегия создания имиджа, отвергающего стереотипы и привычные образцы, рассчитана на «взрыв привычных стереотипов»; 3. Стратегия имиджа, формируемого на основе социальных стереотипов и коллективных образов.	высокий	8,0
ОК-5, ПК-2	<b>Выберите правильную комбинацию ответов</b> 20. Укажите комбинации техник и целей	1. Техники усиления значительности образа; 2. Техники создания яркого и узнаваемого образа	высокий	8,0

	формирования имиджа:	3. Техники формирования позитивного отношения. а) Цель: повысить значительность – силу, авторитетность, убедительность образа; б) Цель: вызвать положительные чувства - доверие, симпатию, интерес. в) Цель: привлечь внимание, запомниться, понравиться, стать узнаваемым.		
--	----------------------	--	--	--