

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович
 Должность: ректор
 Дата подписания: 25.06.2026 15:30:00
 Уникальный программный ключ:
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:

Психология имиджа, СЕМЕСТР 7

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
ПК- 11.1	Укажите один правильный ответ 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
ПК- 11.1	Укажите один правильный ответ 2. Мотивация, направленная на повышение самооценки и достижение психологического комфорта	а) психологическая; б) прагматическая; в) личностная	низкий
ПК- 11.1	Укажите один правильный ответ 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 для профессиональной деятельности по созданию и преобразованию имиджа.	а) психология имиджа, б) имиджелогия, в) костюмология	низкий
ПК- 11.1	Укажите один правильный ответ 4. Основатель имиджелогии	а) В.М. Шепель б) К. Болдуинг в) О. Феофанов	низкий
ПК- 11.1	Укажите один правильный ответ 5. Автор определения «имидж – символический образ субъекта, создаваемый в процессе субъект-субъектного взаимодействия.	а) В.М. Шепель б) А.Ю. Панасюк в) Е.Б. Перельгина	низкий
ПК- 11.1	Укажите все правильные ответы 6. Виды имиджа	а) персональный имидж б) политический имидж; в) имидж руководителя; г) имидж организации; д) имидж территории; е) имидж идеи, проекта;	средний

		ж) имидж человека; з) имидж товара.	
ПК- 11.1	Укажите все правильные ответы 7. Виды имиджа	а) габитарный, б) средовой, в) вербальный, г) невербальный, д) вещный, е) кинетический	средний
ПК- 11.1	Укажите все правильные ответы 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
ПК- 11.1	Укажите все правильные ответы 9. Функции делового имиджа	а) аксиологическая, б) профессиональная, в) адаптационная г) коммуникативная д) карьерная е) психотерапевтическая ж) психологическая	средний
ПК- 11.1	Укажите все неверные ответы 10. Имидж выражается в том, что человек целеустремленно работает над своим имиджем, пытаясь наиболее полноценно раскрыть свою индивидуальность	а) наведенный имидж б) развивающийся имидж в) деградирующий	средний
ПК- 11.1	Укажите все правильные ответы 11. Требования к имиджу	а) позитивность б) результативность в) развитийность г) управляемость д) гармоничность е) целенаправленность	средний
ПК- 11.1	Укажите все неверные ответы 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
ПК- 11.1	Укажите все правильные ответы 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	средний

		6. Принцип саморегуляции	
ПК- 11.1	Укажите все правильные ответы 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
ПК- 11.1	15. Впишите недостающее слово на месте пропуска 15. _____ сочетание внешних признаков человека и структуры его костей	а) пропорции б) телосложение в) конституция	средний
ПК- 11.1	Впишите недостающее слово на месте пропуска 16. _____ процесс предпочтения одних людей другим, взаимного притяжения между людьми, умение вызывать взаимную симпатию	а) ассертивность б) аттракция в) фасцинация г) межличностная аттракция	высокий
ПК- 11.1	Впишите недостающее слово на месте пропуска 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
ПК- 11.1	Впишите недостающее слово на месте пропуска 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
ПК- 11.1	Выберите правильную комбинацию ответов 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
ПК-11.1	Выберите правильную комбинацию	1. Техники усиления	высокий

	<p>ответов</p> <p>20. Укажите комбинации техник и целей формирования имиджа:</p>	<p>значительности образа;</p> <p>2. Техники создания яркого и узнаваемого образа</p> <p>3. Техники формирования позитивного отношения.</p> <p>а) Цель: повысить значительность – силу, авторитетность, убедительность образа;</p> <p>б) Цель: вызвать положительные чувства - доверие, симпатию, интерес.</p> <p>в) Цель: привлечь внимание, запомниться, понравиться, стать узнаваемым.</p>	
--	---	--	--