Г.А.РОМАНОВА

ТЕХНОЛОГИИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ

АДМИНИСТРАЦИЯ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
ДЕПАРТАМЕНТ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ ПО КУЛЬТУРЕ
ОБЛАСТНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СМОЛЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИСКУССТВ»

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной и воспитательной работе _____ Е.В. Горбылева

«_____» _____ 20____г.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 052a556b0039ad5f8c4f749b3ade26ca30
Владелец: Подгузова Елена Евгеньевна
Действителен: с 05.08.2022 по 29.10.2023

Обсуждена на заседании кафедры:
Зав. кафедрой _____ / Н.А. Новикова
Протокол № 6
От «25» июня 2020г.

Г.А.РОМАНОВА

ТЕХНОЛОГИИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ

рабочая программа дисциплины для обучающихся по направлению 51.03.03 Социально-культурная деятельность, **направленности (профилю) –** Менеджмент социально-культурной деятельности; **форме обучения:** заочной

Год начала подготовки - 2020

Смоленск

2022

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

Формирование знаний, умений, навыков, необходимых в процессе самопрезентации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО.

Является факультативной дисциплиной.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: сущность личности и индивидуальности, структуру личности и движущие силы ее развития.

Уметь: выстраивать индивидуальную образовательную траекторию развития; анализировать эффективность, планировать свою профессионально-образовательную деятельность; критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата; применять разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни.

Владеть: навыками эффективного целеполагания; приемами организации собственной познавательной деятельности; приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях.

ОПК-3. Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики.

Знать: номенклатуру и назначение документов, регламентирующих профессиональную деятельность, требования профессиональных стандартов в социально-культурной сфере, нормы профессиональной этики работников социально- культурной сферы

Уметь: адекватно оценивать результаты своей профессиональной деятельности на основе требований профессиональных стандартов и норм профессиональной этики

Владеть: навыками применения профессиональных

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 36 часов.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость в часах по очной форме обучения				Форма текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Семинары	Практические	Самостоятельная работа студента	
1	Раздел I. Технологические основы самопрезентации	5	4	2		12	Контрольная работа
2	Раздел II. Технологии подготовки и проведения самопрезентации	6	2	2	2	12	Зачет
Всего: 36			**6**	**4**	**2**	**24**	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При организации учебной деятельности используются как традиционные педагогические технологии, так и образовательные технологии, активизирующие деятельностный подход обучающихся к

профессиональному образованию. Среди них проблемное обучение, тематические дискуссии, семинары «Круглый стол», моделирование и анализ конкретных ситуаций, деловые и ролевые игры, создание творческих проектов, встречи со специалистами социально-культурной сферы (руководители сферы культуры и непосредственные организаторы социально-культурной деятельности на местах), а также репродуктивный, реконструктивный и творческий уровни самостоятельной работы.

5.1. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ (ТЕМ) КУРСА

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				
				всего	Лекции	Семинары	Практические	Самостоятельная работа студента
Раздел I. Технологические основы самопрезентации								
1	Тема 1. Презентация, её виды	5			2			4
2	Тема 2. Самопрезентация: сущность и основные характеристики	5			2			4
3	Тема 3. Научно – теоретические подходы к самопрезентации	5				2		4
Раздел II. Технологии подготовки и проведения самопрезентации								
4	Тема 1. Стратегии и техники самопрезентации	6			2			4
5	Тема 2. Имидж как самопрезентация для других	6						2
6	Тема 3. Внешний вид делового человека	6						2
7	Тема 4. Публичное выступление и требования к нему	6				2		2
8	Тема 5. Правила поведения на собеседовании	6					2	2
	ВСЕГО			**36**	**6**	**4**	**2**	**24**

Раздел I. Технологические основы самопрезентации.

Тема 1. Презентация, её виды.

Презентация как эффективный способ демонстрации достижений и возможностей компании, информирование потребителей о планах её развития, методах производства и новых свойствах выпускаемой продукции. Презентация как персональное или опосредованное через СМИ представление проектов, товаров, программ с целью оказания на слушателей убеждающего воздействия и побуждения их к действию. Презентация как явление, сочетающее в себе компьютерную анимацию, видео, музыку, графику, которые объединены в единый информационный комплекс. Места проведения презентаций: офисы, торговые залы, выставки. Виды презентаций. Печатные презентации (визитные карточки компании, каталоги продукции). Мультимедийные презентации, интеграция в них звука, видеофайлов, анимации. Электронные презентации, размещение их на веб – сайте компании, распространение их по электронной почте. Презентация в формате Power Point, включающая аудио и видео файлы. Презентация в формате PDF. Видеопрезентация. Flash – презентация – сочетание рекламной информации с колоритным дизайном и анимацией. DVD – презентация.

Тема 2. Самопрезентация: сущность и основные характеристики.

Самопрезентация как акт самовыражения и поведения, направленный на создание определённого впечатления о себе у аудитории. Самопрезентация как умение продемонстрировать собеседнику качества, наиболее выгодные для человека в данный момент. Самоподача образа Я и его реализация с помощью семиотических систем: габитуса (физический облик, особенности лица и

тела), костюм (оформление внешности: одежда, обувь, аксессуары, причёска, кинесики (мимика, походка, жест). Основные принципы самопрезентации: *позитивность* – только положительная информация о себе; *индивидуальность* – особенности, преимущества, которые выгодно отличают от других; *краткость*; *конкретность* – информация о себе по существу без отвлечений на посторонние темы; *избирательность* – сведения, которые имеют прямое отношение к человеку или к искомой работе; *активность* – использование энергичных глаголов: знаю, умею, могу, владею, сделал, получил, участвовал и т. д.; *честность* – невозможность включения в самопрезентацию ложной или противоречивой информации.

Установки самопрезентации: 1. *Реальное Я* – установка, связанная с представлением субъекта о том, каков он на самом деле; 2. *Зеркальное (социальное) Я* – установка, связанная с представлением субъекта о том, как его видят другие; 3. *Идеальное Я* – установка, связанная с представлением субъекта о том, каким бы он хотел стать. Фастинация (очарование, обаяние) – словесное воздействие на людей; аттракция (привлечение, притяжение) – визуально фиксированное эмоциональное отношение человека к кому - либо в процессе самопрезентации.

Тема 3. Научно – теоретические подходы к самопрезентации.

Английские учёные о самопрезентации как об «управлении впечатлением». Теоретическая база исследований самопрезентации - труды Дж. Г. Мида, Ч. Кули, Г. Блумера, И. Гоффмана. И. Гоффман как автор концепции социальной драматургии, в которой процесс самопрезентации рассматривается через исполнение человеком социальных ролей. Э. Джонс и Т. Питтман – авторы первой классификации стратегии самопрезентации, включающей инграциацию (цель – казаться привлекательным); самопродвижение (демонстрация компетентности); примерность (казаться морально безупречным); запугивание (демонстрация силы); самоуничижение (демонстрация слабости с целью получения помощи). Позитивная самопрезентация Р. Чалдини как тактика ассоциирования себя с известными людьми. Тактика выученной беспомощности М. Селигмана, по которой человек умышленно изображает неспособность от него действия или поступка в расчёте на то, что окружающие ему помогут (Япония, Китай, Россия). Тактика красования М. Лири как демонстрация своего привлекательного внешнего вида («адонизация»). Концепция самомониторинга М. Снайдера. Самопрезентация по Р. Баумистеру и А. Стейнхилберу как самораскрытие в межличностном общении через демонстрацию своих мыслей и характера. Психосемиотический подход самоподачи образа Я Е. А. Петровой. Техника самоподачи Г. В. Бороздиной об искусстве целенаправленного привлечения внимания рецепиента к особенностям внешнего облика, которые запускают механизмы социального восприятия партнёра. Система самопрезентации Ф. И. Шаляпина. Место фастинации и аттракции в системе самопрезентации Шаляпина.

Раздел II. Современные технологии самопрезентации.

Тема 1. Стратегии и техники самопрезентации.

Стратегии и техники самопрезентации:

Стратегия № 1 – «старание понравиться».

Техника: а) соглашаться с тем, что утверждает объект;

б) похвалить достоинства и личность объекта;

в) оказывать благосклонность человеку, которому необходимо понравиться.

Стратегия № 2 – самопродвижение - попытка выглядеть компетентным, получить уважение со стороны других, способ самопродвижения, демонстрация знаний и умений.

Стратегия № 3 – запугивание, убеждение объекта в том, что он потенциально опасен и может стать причиной неприятностей, если откажется делать то, что от него требуется.

Стратегия № 4 достижения межличностного влияния – пояснение примером, человек убеждает другого, что может служить примером честности и достоинства.

Стратегия № 5 – мольба, демонстрация слабости и зависимости, тактика, направленная на привлечение внимания – самозатруднение. Преимущества самозатруднения: повышает ценность успеха, уменьшает цену поражения.

Техники самоподачи Г. В. Бороздиной: самоподача превосходства, самоподача привлекательности, самоподача отношения, самоподача состояния и причин поведения.

Тема 2. Имидж как самопрезентация для других.

Имидж как сформировавшийся образ делового человека (организация), в котором выделяется ценностная характеристика и черты, оказывающие определённое воздействие на

окружающих. Имидж как некий образ, который человек, его «Я» представляет миру, своего рода самопрезентация для других. Социальный имидж и профессиональный имидж как совокупность представлений о том, как должен выглядеть и вести себя человек определённого социального статуса или профессии (политик, бизнесмен, учитель, врач и т. д.). Индивидуальный имидж как совокупность требований, предъявляемых деловому человеку, соотнесённых с его индивидуальными особенностями и деловыми качествами. Приорететные качества имиджа. Природные дарования: коммуникабельность, эмпатичность, рефлексивность, красноречивость. Характеристики личности, которые являются следствием образования и воспитания: нравственные ценности, психическое здоровье, способность к межличностному общению. Качества, связанные с жизненным и профессиональным опытом. Знание правил этикета и умение вести себя.

Тема 3. Внешний вид делового человека.

Одежда как своеобразная визитная карточка. Её влияние на партнёра. Информационная функция одежды. Требования к приобретению одежды: функциональное назначение (работа, дом, гости); учёт возраста и физических данных. Влияние цвета в одежде. Особенности мужского делового костюма. Особенности женского делового костюма. Украшения, очки, макияж, причёска. Правила подбора деловой одежды: единство стиля, соответствие стиля конкретной ситуации, разумная минимизация цветовой гаммы («правила трёх цветов»), совместимость фактуры материала, соответствие качественного уровня аксессуаров (обуви, портфеля), качество основного костюма. Кодексы одежды компаний. Стиль деловой одежды сотрудников российской компании.

Тема 4. Публичное выступление и требования к нему.

Риторика как теория построения, подготовки и доведение до слушателей публичного выступления в различных формах. Публичное выступление как знак уважения к аудитории и возможность заявить о себе как о хорошем специалисте. Технологии подготовки публичного выступления. Подготовка к публичному выступлению: выбор и обоснование темы, определение цели, сбор, анализ и обобщение материала, составление плана и кратких тезисов, сбор информации о слушателях. Начало выступления: первая фраза выступления в установке эмоционального контакта с аудиторией. Удержание внимания аудитории: обращение к слушателям, настроенность на слушателя, содержательность выступления, доступность информации, сопереживание и доверительность, непринуждённая манера изложения, убеждённость и эмоциональность оратора, паузы. Приёмы по удержанию внимания слушателей: драматизация речи, повтор слова или оборота, цитирование, противопоставление, намёк, провокация, юмор, использование поговорок, пословиц и рекламных штампов. Завершение выступления: резюме изложенного, окончание речи «на минуту раньше, чем позже», объяснение слушателям как пользоваться полученной информацией, завершение выступление комплементом аудитории с благодарностью за внимание, ответы на вопросы.

Тема 5. Правила поведения на собеседовании.

Собеседование как метод отбора кадров. Требования к вопросам собеседования. Вопросы по фактическим данным: внешний вид, предыдущая работа, квалификация. Цель собеседования – получить информацию, «разговорить» претендента, умение задавать вопросы, контроль за ходом собеседования, умение слушать, умение составить суждение и принять суждение. Обработка результатов интервью сразу по окончанию собеседования. Вопросы для принятия окончательного решения: сможет ли кандидат выполнить данную работу, заинтересован ли претендент в данной работе, подходит ли претендент для работы? Предоставление возможности претенденту более подробно рассказать о себе, о своих возможностях и т. д.; задать вопросы о предлагаемой работе, сообщение претенденту о времени принятия решения.

Самопрезентация как средство трудоустройства. Выбор работы как первоначальный этап устройства на работу. Подготовка к собеседованию. Сбор информации об организации. Способы трудоустройства: «через контактную аудиторию», по протекции, рекомендации, профессионально – знакомственное трудоустройство. Самостоятельное трудоустройство. Трудоустройство по формальным каналам (через службу занятости, биржу труда, частные агентства по найму). Трудоустройство по распределению. Основная цель претендента: произвести впечатление на работодателя. Деловой стиль в одежде, отвечать на вопросы кратко и понятно, рассказ о себе, о своих недостатках, достоинствах и достижениях, о причине смены места работы, о величине заработной платы, почему человек хочет работать именно в этой фирме.

5.2. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие 1. Внешний вид делового человека
Практическое занятие 2. Публичное выступление и требования к нему
Практическое занятие 3. Правила поведения на собеседовании

5.3. СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Семинарское занятие 1. Научно–теоретические подходы самопрезентации
Семинарское занятие 2. Имидж как самопрезентация для других

5.4. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа предусматривает закрепление полученных знаний, работу с дополнительной литературой, со справочниками и словарями, с источниками в Интернете в поисках необходимого материала для подготовки к семинарским и практическим занятиям, написание контрольной работы, подготовку к сдаче экзамена.

График СРС

№ п/п	Название раздела (темы) дисциплины	Виды СРС	Периодичность (сроки) контроля СРС	№ семестра	Время на выполнение задания
Раздел I. Технологические основы самопрезентации					
1	Тема 1. Презентация, её виды	Конспект лекции; подготовка к семинарскому занятию		3	6
2	Тема 2. Самопрезентация: сущность и основные характеристики	Конспект лекции		3	6
3	Тема 3. Научно – теоретические подходы к самопрезентации	Конспект лекции; подготовка к семинарскому занятию		4	6
Раздел II. Технологии подготовки и проведения самопрезентации					
4	Тема 1. Стратегии и техники самопрезентации	Конспект лекции; подготовка контрольной работы		4	6
5	Тема 2. Имидж как самопрезентация для других	Конспект лекции; подготовка к практическому занятию		5	6
6	Тема 3. Внешний вид делового человека	Конспект лекции; подготовка к практическому занятию		5	6
7	Тема 4. Публичное выступление и требования к нему	Конспект лекции; подготовка к семинарскому занятию		6	6
8	Тема 5. Правила поведения на собеседовании	Конспект лекции; подготовка к практическому занятию; подготовка к зачету		6	6
Итого по дисциплине					**48**

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ.

ВОПРОСЫ ЗАЧЕТА

1. Презентация.

2. Виды презентации.
3. Сущность самопрезентации.
4. Основные принципы самопрезентации.
5. Установки самопрезентации.
6. Теоретическая база исследований самопрезентации.
7. Концепция самопрезентации И. Гоффмана.
8. Классификация стратегии самопрезентации Э. Джонса и Т. Питтмана.
9. Позитивная самопрезентация Р. Чалдини.
10. Тактика вынужденной беспомощности М. Селигмана.
11. Тактика красования М. Лири.
12. Концепция самомониторинга М. Снайдера.
13. Самопрезентация по Р. Баумистеру и А. Стейнхилберу.
14. Подходы российских учёных к исследованию самопрезентации.
15. Стратегии и техники самопрезентации.
16. Имидж.
17. Виды имиджа.
18. Личный имидж.
19. Профессиональный имидж.
20. Качества имиджа.
21. Деловой стиль в одежде.
22. Особенности мужского делового костюма.
23. Особенности женского делового костюма.
24. Кодексы одежды компаний.
25. Подготовка публичного выступления.
26. Композиционные части публичного выступления.
27. Приёмы удержания внимания аудитории.
28. Рекомендации человеку, который собирается выступать публично.
29. Собеседование – метод отбора кадров.
30. Цель и сущность собеседования.
31. Основные вопросы собеседования.
32. Самопрезентация как средство трудоустройства.
33. Подготовка претендента к собеседованию.
34. Способы трудоустройства.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

7.1.1. ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Аверченко, Л. К. Управление общением. Теория и практикумы для социального работника : учеб. пособие / Л. К. Аверченко. – М. ; Новосибирск, 1999. – 216 с.
2. Андреева, Г. М. Зарубежная социальная психология XX столетия : Теоретические подходы : учеб. пособие / Г. М. Андреева, Н. Н. Богомолова, Л. А. Петровская. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 286 с.
3. Бороздина, Г. В. Психология и этика делового общения : учебник для бакалавров / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М.: Юрайт, 2012. – 463 с.
4. Василенко, С. В. Эффектная и эффективная презентация: практ. пособие / С. В. Василенко. – 2-е изд. – М.: Дашков и к, 2012. – 136 с.
5. Кибанов, А. Я. Этика деловых отношений: учебник / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 424 с.
6. Майерс, Д. Социальная психология. Интенсивный курс / Д. Майерс. – СПб.: Прайм – ЕВРОЗНАК, 2002. – 512 с.
7. Майерс, Д. Социальная психология : учеб. пособие / Д. Майерс ; пер. с англ. – СПб.: Питер Ком, 1998. – 688 с.
8. Романцов, А. Н. Event – маркетинг. Сущность и особенности организации : практ. пособие / А. Н. Романцов. – 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2013. – 116 с.
9. Тернер, Дж. Социальное влияние / Дж. Тернер. – СПб.: Питер, 2003. – 256 с.

10. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. – СПб. : Лань : ПЛАНЕТА МУЗЫКИ, 2010. -384 с. : ил.

11. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учеб. пособие / А. Н. Чумиков. – М. : Аспект-Пресс, 2012. – 159 с.

7.1.2. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Асмолова, М. Л. Деловые комплементы : управление людьми при внедрении инноваций : учеб пособие / М. Л. Асмолова. – М.: РИОР : ИНФРА-М, 2014. – 155 с.

2. Данкел, Ж. Деловой этикет / Ж. Данекл. – Ростов н/Д: Феникс, 1997. – 317 с.

3. Ипполитова, Н. А. Русский язык и культура речи : курс лекций / Н. Ипполитова, О. Ю, Князева, М. Р. Савова. – М.: Проспект, 2007. – 344 с.

4. Русский язык и культура речи : учебник для бакалавров / под ред.: В. И. Максимова, А. В. Голубевой. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: Юрайт, 2012. – 358 с.

5. Сабат, Энн Мэри Бизнес – этикет / Энн Мэри Сабат ; пер. с англ. Б. Н. Осетрова. – М.: Фаир, 1998. – 240 с.

6. Секреты умелого руководителя / сост. И. В. Липсиц. – М.: Экономика, 1991. – 320 с.

7. Семёнов, А. К. Психология и этика менеджмента и бизнеса : учеб. Пособие / А. К. Семёнов, Е. Л. Маслова. – 2- изд. – М.: Маркетинг, 2000. – 200 с.

8. Ушакова, Н. В. Имиджелогия : учеб. пособие / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. – 2-е изд., исправ. – М.: Дашков и К, 2011. – 280 с.

9. Шепель, В. М. Имиджелогия : Секреты личного обаяния / В. М. Шепель. – М.: ЛИНКА-ПРЕСС, 1997. – 168 с.

7.2. СРЕДСТВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

7.2.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ И МАТЕРИАЛЫ ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие 1. Внешний вид делового человека

Задание 1. Разработать базовый гардероб деловой женщины.

Практическое занятие 2. Публичное выступление и требования к нему

Задание 1. Подготовить публичное выступление по теме, выбранной студентом.

Практическое занятие 3. Правила поведения на собеседовании

Задание 1. Подготовить текст резюме

Задание 2. Разработать вопросы для собеседования с претендентом на вакантную должность.

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

Вариант №1

1. Презентация. Виды презентации.
2. Собеседование – метод отбора кадров.

Вариант №2

1. Сущность самопрезентации.
2. Цель и сущность собеседования.

Вариант №3

1. Концепция самопрезентации И. Гоффмана.
2. Деловой стиль в одежде.

Вариант №4

1. Классификация стратегии самопрезентации Э. Джонса и Т. Питтмана.
2. Профессиональный имидж.

Вариант №5

1. Позитивная самопрезентация Р. Чалдини.
2. Публичное выступление.

Вариант №6

1. Тактика вынужденной беспомощности М. Селигмана.
2. Самопрезентация как средство трудоустройства.

Вариант №7
1. Тактика красования М. Лири.
2. Способы трудоустройства.

Вариант №8
1. Концепция самомониторинга М. Снайдера.
2. Отечественные и зарубежные учёные о формировании имиджа делового человека.

Вариант №9
1. Самопрезентация по Р. Баумистеру и А. Стейнхилберу.
2. Имидж. Виды имиджа.

Вариант №10
1. Подходы российских учёных к исследованию самопрезентации.
2. Кодексы одежды российских и зарубежных компаний.

ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1. Презентация как эффективный способ демонстрации достижений и возможностей компании
2. Видеопрезентация.
3. Самопрезентация как акт самовыражения и поведения
4. Самоподача образа Я и его реализация
5. Основные установки самопрезентации
6. Научно – теоретические подходы к самопрезентации зарубежных ученых
7. Научно – теоретические подходы к самопрезентации отечественных ученых
8. Система самопрезентации Ф. И. Шаляпина
9. Современные технологии самопрезентации
10. Стратегии и техники самопрезентации

ТЕСТ

1).Направленность личности - это ?...

а) совокупность устойчивых мотивов, ориентирующих деятельность личности и относительно независимых от наличных ситуаций; (+)

б) психический процесс и состояние становления личности;

в) побуждение к деятельности, связанное с развитием человека как личности;

г) стремление субъекта к удовлетворению своих потребностей;

д) все предложенные варианты верны.

2) Что такое "индивидуальность"?

а) это психологические особенности личности; (+)

б) это детерминирующее поведение субъекта;

в) это поведенческая активность человека;

г) это особенности деятельности субъекта;

д) это способность логического мышления личности.

3) Индивид-это?...

а) биологический организм;(+)

б) носитель общих генетических наследственных свойств биологического вида;(+)

в) стремление личности отличаться от других людей;

г) отдельно взятый человек в качестве носителя определенных биологических свойств, присущих человечеству как виду;(+)

д) целостность социальных свойств человека.

4) Перечислите, что из перечисленного относится к личности в качестве устойчивой целостности психических процессов, свойств и отношений:

а) темперамент;

б) характер;

в) способности;

г) мотивация;

д)направленность;
е) все ответы верны.(+)

5) Что относится к основным формам направленности?

а) широта;
б) влечение;(+)
в) желание; (+)
г) стремление; (+)
д) гибкость
е) интересы; (+)
ж) идеалы; (+)
з) убеждения. (+)

6) Какие связанные между собой моменты включает направленность?

а) напряжение; (+)
б) сцепление;
в) абстракция;
г) содержание; (+)
д) мотивация;
е) все ответы верны.

7) Какие бывают потенциалы личности?

а) гносеологический; (+)
б) аксиологический; (+)
в) творческий; (+)
г) смысловой
д) осознанный
е) творческий; (+)
ж) художественный. (+)

8) Как называют этап развития личности с 3 до 5 лет?

а) позднее младенчество;
б) раннее детство; (+)
в) детство;
г) позднее детство;

9) Какие психические процессы охватывает интерес?

а) восприятие; (+)
б) воля;
в) память; (+)
г) мышление; (+)
д) ощущения;
е) внимание.

10) Что такое «творческая компетентность» ?

а) условие проявления креативной способности; (+)
б) синтез воображения;
в) синтез перевоплощения (эмпатии);
г) познание действительности;
д) все ответы верны.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ КУРСА ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ

Курс, представляющий объем теоретических и практических знаний, необходимых для работы в учреждении культуры. Лекции, семинарские и домашние задания ориентированы на самостоятельность мышления студентов, знание ими нормативно-правовых документов, которыми регламентируется деятельность в сфере культуры и искусства, умение применять утвержденные в них положения на рабочем месте.

. Задания необходимо по мере возможности дифференцировать применительно к рабочему месту слушателей — это обеспечивает индивидуализацию обучения, лучшее осмысление и применение материала.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ КУРСА ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Успешное освоение материала курса возможно лишь при систематической работе в соответствии с РПД. Поможет в этом и серьезное изучение ряда дисциплин (Основы государственной культурно политики РФ, Культурология, Экономика культуры, Информационные технологии). Курс дает материал обобщающего характера. Для овладения понятийным аппаратом важно не только знание законодательных актов, но их оценка специалистами. Важно отслеживать изменения в них по печатным и электронным источникам. Освоение курса облегчено постоянно обновляемыми информационно-правовыми системами и изданием учебной литературы разных жанров. Она указана в списках основной и дополнительной литературы. При подготовке к любым видам занятий, читая и конспектируя источники, необходимо выделять спорные моменты, противоположные точки зрения по вопросам нормативно-правового регулирования сферы культуры и искусства. Самостоятельная работа, как аудиторная, так и внеаудиторная, осуществляется в виде подготовки к семинарам занятиям, выполнения домашних заданий. Обязательно использование новых информационных технологий: поиск определений в сети, мониторинг отраслевого документального потока в отраслевых электронных ресурсах. При изучении курса необходимы:

1. подготовка к семинарским занятиям;
2. создание собственного «банка данных», включающего:

а) дайджесты к семинарам;

б) «тезаурус» (словарь основных терминов предметной области);

в) структурно-логические схемы и таблицы;

г) выполнение домашних заданий.

Подготовка к лекции не нужна. Подготовка к семинарским занятиям заключается в освоении теоретического материала по рекомендуемой литературе и конспектам лекций. После выполнения задания обсуждаются результаты, Подготовка к зачету должна быть регулярной. Она начинается с первого занятия (общее знакомство с ресурсной базой дисциплины, в том числе ее методическим обеспечением; информирование о формах контроля) и завершается подготовкой к тестированию - повторением материала дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Обучающийся, в ходе выполнения самостоятельной работы должен проявить способность к самостоятельному поиску в русле выбранной проблематики; умение находить и использовать нужную информацию; показать умение строить научное развернутое и аргументированное высказывание.

При изучении материала необходимо наличие требуемых текстов для рассмотрения. Для достижения четкости и структурированности работы студент должен фиксировать выполнение самостоятельных заданий и оформлять записи в рабочих тетрадях.

Для успешного освоения материала профессиональных статей и составления грамотного конспекта необходимо сначала внимательно прочитать статью или все статьи, выделить основные положения и только после этого приступить к конспектированию. Конспект не должен превращаться в механическое «переписывание», в конспекте нужно кратко и сжато отразить основные концепции статьи. Самый лучший конспект – тезисы, которые являются результатом глубокой проработки материала.

Каждый обучающийся составляет терминологический словарь по всему курсу в отдельной тетради. Источники: нормативно-правовые акты, терминологические словари по юриспруденции и праву, справочники, учебники и учебные пособия.

7.2.2. ИНФОРМАЦИОННО-ПРОГРАММНЫЕ СРЕДСТВА

1. www. Bookchamber.ru - Российская книжная палата
2. www.rsl.ru – Российская государственная библиотека
3. www.nlr.ru – Российская национальная библиотека
4. www.stihi-rus.ru – Библиотека России
5. http:// www.rasl.ru/library - Библиотека Академии наук России

6. http://www.rgub.ru/ - Российская государственная библиотека для молодёжи
7. http://teatr-lib.ru/ - Центральная театральная библиотека
8. http://www.inion.ru/ - Институт научной информации по общественным наукам
9. http://www.shpl.ru/ - Государственная публичная историческая библиотека

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ АУДИТОРИИ

Учебная аудитория для проведения теоретических (лекционных, семинарских) занятий; помещения для самостоятельной работы студентов; библиотека с читальным залом; киноконцертный зал; гримёрная; малый репетиционный зал.

8.2. УЧЕБНО-ЛАБОРАТОРНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Аудитория, укомплектованная учебной мебелью, техническими средствами, наглядными пособиями, литературой; компьютерная и множительная техника с подключением к Интернет, точками WI-FI.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа дисциплины ***Технологии самопрезентации*** разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом ***высшего*** образования по направлению ***51.03.03 Социально-культурная деятельность,*** направленности ***Менеджмент социально-культурной деятельности*** (утвержден ***Приказом Минобрнауки России № 1179 от 06.12.2017 г. с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 г., 08.02.2021г***), учебным планом института по этому же направлению, утвержденным Ученым советом ***24.06.2021 г., Протокол № 7***, с учетом основной профессиональной образовательной программы (утверждена ***24.06.2021 г.***).

Автор программы – ***Романова Г.А., кандидат педагогических наук, доцент***

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ***социально-культурной деятельности, режиссуры театрализованных представлений и актерского искусства*** (рецензент – ***Дорогонько З.В., кандидат педагогических наук, доцент,*** протокол №___ от «____» _____ 20___г.)

Заведующий кафедрой _____ С.В. Асриева _____
(подпись) (И.О.Фамилия) (дата)

Согласовано:
Начальник УМУ _____ В.В.Азарова _____
(подпись) (И.О.Фамилия) (дата)