**СПЕЦИФИКАЦИЯ ТЕСТА**

**по дисциплине**

**«Имиджелогия»**

**комплексного тестирования в магистратуру**

(вступает в силу с 2024 года)

1. **Цель составления:**

Тест составлен для вступительного экзамена в магистратуру организаций послевузовского образования Республики Казахстан.

1. **Задача.**

Определение уровня знаний претендента по следующим специальностям:

|  |  |
| --- | --- |
| **Шифр** | **Наименование группы образовательных программ** |
| М068 | «Связь с общественностью» |

**3. Содержание и план теста.** Включены учебные материалы по дисциплине «Имиджелогия» на основе типовых учебных программ по следующим разделам:

Задания представлены на языке обучения (русском).

| **№** | **Содержание темы** | **Количество заданий** | **Уровень трудности** |
| --- | --- | --- | --- |
|
|  | Имиджелогия, как наука | 1 | С |
|  | Психология имиджа | 2 | В,С |
|  | Технология конструирования имиджа | 2 | А,С |
|  | Корпоративный имидж | 1 | С |
|  | Персональный имидж | 2 | В,С |
|  | Имидж в избирательных кампаниях | 2 | В,В |
|  | Имидж первого руководителя | 1 | В |
|  | Политический имидж | 1 | В |
|  | Корпоративная культура и фирменный стиль | 4 | А,А, А,В |
|  | Нейминг и создание ценностей бренда | 2 | А,В |
|  | Страновой брендинг | 2 | А,С |
| **Количество заданий в одном варианте тестирования** | | **20** | |

**4. Описание содержания задания.**

В содержание тестовых заданий должны быть включены сведения по формированию имиджа, имиджа государства, имиджа личности, имиджа избирательных кампаний, имиджа государственной и политической власти, имиджа корпорации, имиджелогии управления, имиджа в избирательных компаниях. Понятие об имиджелогии в Казахстане и мире; изучение методов и средств имиджелогии; определение наличия основных теоретико-методических компонентов имиджевого языка и имиджелогии, навыков формирования имиджа.

**5. Среднее время выполнения задания.**

Время выполнения одного задания – 2,5 минуты.

Общее время выполнения теста – 50 минут

**6. Количество заданий в одном варианте тестирования.**

В одном варианте тестирования – 20 заданий.

Распределение тестовых заданий по степени трудности:

* легкие (А) – 6 заданий (30%);
* средние (В) – 8 заданий (40%);
* сложные (C) – 6 заданий (30%).

**7. Форма задания.**

Тестовые задания представлены в закрытой форме, требующей выбора одного или нескольких правильных ответов из заданного количества вариантов ответов.

**8. Оценка выполнения задания.**

При оценке учитывается совокупные баллы тестирования. За все правильные ответы – 2 балла, при одной ошибке – 1 балл, за два и более не правильных ответов – 0 баллов.

**9. Список рекомендуемой литературы:**

1. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. – М.: Дело, 2014 г.
2. Колесниченко О. PR по-азиатски: честно о коммуникациях в Центральной Азии. – Питер: Прогресс книга, 2022. – 192 с.

3. Шалагина Е.В. Имиджелогия: создание корпоративного имиджа/ ФГБОУ ВПО «Урал.гос.пед.ун-т». – Екатеринбург, 2015. – 112 с.

4. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия: учебное пособие для вузов / Д. О. Селентьева. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 164 с. - (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06386-8.

5. Тлепбергенова А.А. Страновой имидж: учебное пособие для студентов бакалавриата университетов, обучающихся по специальностям «Журналистика», «Связь с общественностью». – Алматы: Қазақ университеті, 2011. – 78 с.