



СИЛАБУС

Базова інформація про дисципліну	
Шифр, назва дисципліни	DP068 Іміджеологія Imagiology
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Семестр	1 семестр
Кафедра/Циклова комісія	Економіки, управління та адміністрування
Анотація курсу	<p>Мета курсу полягає у тому, щоб сформувати у студентів розуміння ролі та значення іміджу та його впливу на формування цілісного уявлення про особливості позитивного та ефективного іміджу організації, що базується на теоретичних знаннях та практичних навичках самопрезентації у вербальному та невербальному спілкуванні.</p> <p>Завдання:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ознайомити студентів з теоретичними основами функціонування образних систем у житті людини, – сформувати навички свідомого використання іміджевих характеристик у різних сферах життєдіяльності, – навчити технікам побудови і управління іміджем, – визначити іміджеві алгоритми лідерства, – надати базові вміння побудови корпоративного іміджу, – спонукати учасників навчання до вироблення складових державного іміджу.
Сторінка курсу в MOODLE	http://78.137.2.119:2929/course/view.php?id=403
Мова викладання	українська
Лектор курсу	Д.політ.н. Васильчук Є.О. Канали комунікації: чат у moodle, zoom, сторінка у FB https://www.facebook.com/profile.php?id=100001694317844
Місце дисципліни в освітній програмі	
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	<p>Здатність реалізовувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>Здатність зберігати моральні, культурні, наукові цінності та примножувати досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p>

	Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
Перелік спеціальних компетентностей (СК)	Здатність здійснювати професійну діяльність у відповідності з чинними нормативними і правовими актами. Розуміння особливостей провідних наукових шкіл та напрямів економічної науки. Здатність пояснювати економічні та соціальні процеси і явища на основі теоретичних моделей, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати.
Перелік програмних результатів навчання	Асоціювати себе як члена громадянського суспільства, наукової спільноти, визнавати верховенство права, зокрема у професійній діяльності, розуміти і вміти користуватися правами і свободами, виявляти повагу до прав і свобод інших осіб, зокрема, членів колективу. Відтворювати моральні, культурні, наукові цінності, примножувати досягнення суспільства в соціально-економічній сфері, пропагувати ведення здорового способу життя. Знати та використовувати економічну термінологію, пояснювати базові концепції мікро- та макроекономіки.
Опис дисципліни	
Структура навантаження на студента	Загальна кількість годин – 90 Кількість кредитів – 3 Кількість лекційних годин – 22 Кількість практичних занять – 23 Кількість годин для самостійної роботи студентів – 45 Форма підсумкового контролю – залік
Методи навчання	Вербальний метод; пояснювально-демонстраційний метод; метод проблемного викладання; репродуктивний метод; робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анутовання тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації).
Зміст дисципліни	
Тема 1. Іміджеологія. Основні поняття	Імідж в повсякденній свідомості. Імідж як образ, що існує в свідомості суб'єкта і впливає на сприймання ним дійсності. Структурні елементи іміджу
Тема 2. Типологія іміджу	Дзеркальний імідж. Поточний імідж. Бажаний імідж. Самоімідж. Особистий імідж. Реальний імідж. Корпоративний імідж. Політичний та професійний імідж.
Тема 3. Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність	Іміджмейкінг як особлива практична галузь іміджології. Основні підходи до розуміння поняття — іміджмейкінг. Складові іміджмейкінгу
Тема 4. Іміжєві технології	Особистісний імідж. Формування ділового іміджу. Розходження та подібність у діловому іміджі.
Тема 5. Соціально-психологічні передумови формування та функціонування іміджу	Вербальний імідж. Невербальний імідж. Позиціонування, маніпулювання, міфологізація як основні інструменти впливу на аудиторію. Емоціоналізація, вербалізація, візуалізація як основні прийоми іміджування. Деталізація та метафоризація іміджу у соціальному просторі.

Тема 6. Структура персонального іміджу Індивідуальний імідж в іміджеології та соціальному просторі	Поняття людина, індивід, індивідуальність, особа, особистість. Особистість як джерело іміджевої інформації. Типології особистості та техніки іміджування. Особистий та публічний імідж: єдність, взаємозв'язок, специфіка.
Тема 7. Побудова ефективного іміджу	Стратегії, техніки, технологія створення ефективного імідж-образу. Створення індивідуального стилю
Тема 8. Діловий імідж	Імідж ділової людини. Імідж чоловіка. Імідж ділової жінки
Тема 9. Імідж лідера	Філософія лідерства. Відмінності менеджера від лідера. Етапи створення персонального брэнда керівника.
Тема 10. Створення іміджу організації (корпоративний імідж)	Складові іміджу організації. Загальні ознаки іміджу організації. Провідні напрямки формування корпоративного іміджу фірмовий стиль, корпоративна культура. Основні параметри іміджу організації.
Тема 11. Корпоративний дрес-код.	Дрес-код як корпоративний імідж компанії. Роль дрес-кода. Етапи втілення. Стилi і мода.

Політика дисципліни

Політика відвідування	Регулярне відвідування всіх видів занять, своєчасність виконання самостійної роботи. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання зорганізується в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.
Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
Академічна доброчесність	У випадку недотримання політики академічної доброчесності (плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво) передбачено повторне проходження оцінювання.

Система оцінювання

Поточний контроль здійснюється протягом семестру під час проведення практичних, семінарських та інших видів занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту отримати атестацію з предмету – 60 балів); підсумковий/ семестровий контроль, проводиться у формі заліку або іспиту, відповідно до графіку навчального процесу. Підсумкова оцінка за умови заліку виставляється як загальна сума балів, набраних за результатами поточного контролю. Підсумкова оцінка за умови іспиту виставляється як загальна сума балів набраних за результатами поточного (70%) та підсумкового контролю.

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Виконання завдань на семінарах (8 практ.завд.)	40
Експрес-контрольні (2 к.р.)	10
Модульні контрольні роботи (2 к.р.)	20
Презентація	10
Творча робота	10
Кейс	10
Разом	100

Шкала оцінювання		
ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	Бездоганна підготовка в широкому контексті
B	80-89	Повні знання, міцні вміння
C	70-79	Хороші знання та вміння
D	65-69	Задовільні знання, стереотипні вміння
E	60-64	Виконання мінімальних вимог діяльності в стандартних умовах
FX	35-59	Слабкі знання, відсутність умінь
F	1-34	Необхідний повторний курс

Список рекомендованих джерел

- Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. – К.: Університет «Україна», 2018. – 217 с.
- Бугрим В. В. Іміджологія / Іміджмейкінг: навчальний посібник. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. – 250 с.
- Буторіна В.Б. Іміджеологія і PR підприємств туристичної галузі : навчально-методичний посібник / Вероніка Борисівна Буторіна. – Кам'янецьПодільський: ПП «Медобори-2006», 2015. – 112 с.
- Вербицька Г. Міжнародний імідж України: проблеми та шляхи формування / Г. Вербицька [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_1/knukim_zbirka_170x265mm_СМУК_part2_print.pdf
- Гриценко Т. Б., Гриценко С.П., Іщенко Т.Д., Мельничук Т.Ф., Чуприк Н.В., Анохіна Л.П. Етика ділового спілкування: / за редакцією Т.Б. Гриценко, Т.Д. Іщенко, Т.Ф. Мельничук / Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2017 – 344 с.
- Гук О., Бундз В. Етика та культура ділового спілкування: навчальний посібник / Оксана Гук, Валентина Бундз – Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2019. – 124 с.
- Зусін В. Я. Етика и етикет ділового спілкування: Навч. посіб.: 2-ге вид., перероб. і доп.– К.: Центр навч. літератури, 2018. – 224 с. 4
- Іміджологія: Навч.-метод. матеріали до курсу / Харк. держ. акад. культури; Уклад.: Ю. Є. Петрухно. – Х.: ХДАК.,2003. – 23 с.
- Етика ділових відносин : навчальний посібник / [Лесько О. Й., Прищак М. Д., Залюбівська О. Б. та ін.] – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 309 с.
- Колосовська І.І. Іміджологія: теоретико-прикладні засади: навчально-методичний посібник / І.І. Колосовська. – Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2018. – 48 с.
- Королько В. Г. Паблік рілейшнз: наукові основи, методика, практика : підручн. / В. Г. Королько. – К. : Видавн. дім «Скарби», 2001. – 400 с.
- Мойсєєв В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / В. А. Мойсєєв. – К. : Академвидав, 2007. – 224 с.
- Наумік К. Г., Григоренко А. М., Ушкальов В. В. Організація діяльності державного службовця: Навчальний посібник. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2011. – 320 с.
- Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с.
- Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: Навч. посіб. – К.: Кондор, 2007. – 356 с.
- Погиба Л. Г. Складання ділових паперів. Практикум : навч. посібник / Л. Г. Погиба, Т. О. Грибніченко, М. П. Баган. – К. : Либідь, 2002. – 240 с. 18.