

Силабус курсу

Іміджологія

Ступінь вищої освіти – магістр
Освітньо-професійна програма «Аналітика суспільних процесів»

Дні занять:
Консультації:

Рік навчання: I, Семестр: II

Кількість кредитів: 3 Мова викладання: українська

Керівник курсу

ПІП Д.ф.н., проф. Буяк Богдан Богданович

ПІП К.ф.н., викл. Тимків Ірина Михайлівна

Контактна інформація irinavasiruk@gmail.com, +380687710064

Опис дисципліни

Сучасні реалії трансформації суспільно-політичних процесів в Україні актуалізують вивчення напрямків формування позитивного іміджу не тільки країни, регіону чи окремого населеного пункту, а й особистості, як важливої частини суспільства. Функціонування підприємств, установ та організацій у сучасних умовах вимагає постійної підтримки позитивного іміджу працівників, продукту який створюється у процесі їхньої діяльності. Сьогодні все більше організацій звертають увагу на свій імідж, що сприяє розвитку іміджових технологій, появи нових напрямків у формуванні позитивного сприйняття як органів влади, так і приватних структур. Предметом вивчення навчальної дисципліни є набуття теоретичних знань та практичних навичок, необхідних для формування іміджу та розробки іміджологічних проектів й механізмів їх застосування.

Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2 / 2	1. Предмет іміджології. Імідж – феномен сучасного світу	Визначати предмет, об'єкт, завдання, функції та методологічну базу іміджології, основні підходи до трактування іміджу. Характеризувати типи іміджів та їх функції.	Питання
2 / 2	2. Іміджмейкерство	Проводити аналіз основних технологій іміджмейкінгу. Оволодіють методами формування, реалізації, корегування іміджу.	Кейси
2 / 2	3. Особистий імідж	Оволодіють техніками і технологіями формування ефективного особистого і ділового іміджу та селф-	Питання

		брендингу.	
2 / 2	4. Корпоративна іміджологія	Визначати складники та етапи формування іміджу організації.	Задачі, кейси
1 / 2	5. Конструювання іміджу	Характеризувати методи, тактики, стратегії формування іміджу. Створювати іміджевий сценарій та макети іміджевих проектів	Питання
1 / 2	6. Імідж ділових людей у сучасному світі	Правильно обирати та поєднувати одяг, взуття, аксесуари у створенні іміджу ділової жінки/чоловіка	Тести, питання
1 / 2	7. Невербальні сигнали, діловий етикет у побудові іміджу	Аналізувати невербальні сигнали у побудові особистого та корпоративного іміджу.	Задачі, питання
1 / 2	8. Імідж сучасного педагога і школи	Визначати основні наукові підходи щодо формування та розвитку іміджу навчального закладу та компоненти іміджу навчального закладу. Володіти навиками управлінської культури керівника нової української школи. Формувати та підтримувати професійний імідж сучасного педагога.	Питання
2 / 2	9. Зовнішній та внутрішній імідж держави	Визначати складники зовнішнього та внутрішнього іміджу держави. Розробляти стратегії формування позитивного іміджу України.	Тести, питання
2 / 2	10. Регіональна іміджологія	Характеризувати регіональну іміджеву політику України та розробляти стратегії формування іміджу населеного пункту: міста, села.	Питання, практичні завдання

Літературні джерела

1. Бондаренко І. С. Іміджологія в системі гуманітарних знань: соціальнокомунікаційний підхід // Держава та регіони. 2019. Вип. 2 (66). С. 92–95.
 2. Д'Алессандро Девід Карьерные войны. 10 правил построения успешного личного бренда. 2004, 208 с.
 3. Імідж ВНЗ на порозі XXI століття / За ред. І. Єрмакова. К, 2005
 4. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання. К.: Університет «Україна», 2008. 217 с.
 5. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. Бебика. К.: Університет «Україна», 2008. 217 с.
 6. Квеско Р. Квеско С. Имиджология: учебное пособие. Томск. 2008. 116 с.
 7. Манн И. Номер 1. Как стать лучшим в том, что ты делаешь. 2014. 146 с.
 8. Перельгина Е. Б. Психология имиджа: Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2002. 114 с.
 9. Семченко О. Іміджева політика України. К., 2014. 272 с.
 10. Черепанова В. Н. Курс лекций по имиджологии: Учебное пособие. Тюмень: ТюмГНГУ. 2002 с.
- **Політика щодо дефлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-10 балів). Перескладання модулів відбувається із

дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

- **Політика щодо академічної доброчесності:** Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Змістовий модуль 1 (теми 1-5) – обговорення кейсів, усне опитування, задачі	50
Змістовий модуль 1 (теми 5-10) – обговорення кейсів, усне опитування, практичні завдання	50

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом