

## Силабус курсу Іміджологія

Освітній ступінь – бакалавр  
Галузь знань: 10 Природничі науки  
Спеціальність: 106 Географія  
Освітньо-професійна програма «Географія»  
Кількість кредитів – 3

Рік підготовки IV, Семестр: VIII  
Компонент освітньої програми: вибірковий

Дні занять: за розкладом  
Консультації:

Мова викладання: українська



### Керівники курсу

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

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

Контактна інформація [tymkiv@tnpu.edu.ua](mailto:tymkiv@tnpu.edu.ua), +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 проєктів й механізмів їх застосування.

### Навчальний контент

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання
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.
2 / 2	2. Іміджмейкерство	Проводити аналіз основних технологій іміджмейкінгу. Оволодіють методами формування, реалізації, корегування іміджу. Характеризувати методи, тактики, стратегії формування іміджу. Створювати іміджевий сценарій та макети іміджових проєктів
2 / 2	3. Особистий імідж	Оволодіють техніками і технологіями формування

		ефективного особистого і ділового іміджу та селф-брендингу.
2 / 2	4. Корпоративна іміджологія	Визначати складники та етапи формування іміджу організації.
1 / 2	5. Імідж ділових людей у сучасному світі	Правильно обирати та поєднувати одяг, взуття, аксесуари у створенні іміджу ділової жінки/чоловіка
1 / 2	6. Невербальні сигнали, діловий етикет у побудові іміджу	Аналізувати невербальні сигнали у побудові особистого та корпоративного іміджу.
2 / 2	7. Зовнішній та внутрішній імідж держави	Визначати складники зовнішнього та внутрішнього іміджу держави. Розробляти стратегії формування позитивного іміджу України.
2 / 2	8. Регіональна іміджологія	Характеризувати регіональну іміджеву політику України та розробляти стратегії формування іміджу населеного пункту: міста, села.

### Формування програмних компетентностей

Індекс в матриці ОП	Програмні компетентності
<b>ЗК 1</b>	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
<b>ЗК 5</b>	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
<b>ЗК 7.</b>	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
<b>ЗК 8.</b>	Навички міжособистісної взаємодії.
<b>ЗК 9.</b>	Здатність працювати автономно.
<b>ЗК 11</b>	Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
<b>СК 11.</b>	Здатність працювати в колективах виконавців, у тому числі в міждисциплінарних проектах.

### Літературні джерела

1. Бондаренко І. С. Іміджологія в системі гуманітарних знань: соціально-комунікаційний 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. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання. К.: Університет «Україна», 2008. 217 с.
4. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. Бебика. К.: Університет «Україна», 2008. 217 с.
5. Квеско Р. Квеско С. Имиджология: учебное пособие. Томск. 2008. 116 с.
6. Манн И. Номер 1. Как стать лучшим в том, что ты делаешь. 2014. 146 с.
7. Перельгина Е. Б. Психология имиджа: Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2002. 114 с.
8. Семченко О. Іміджева політика України. К., 2014. 272 с.

9. Черепанова В. Н. Курс лекцій по іміджології: Учебное пособие. Тюмень: ТюмГНГУ. 2002 с.

### Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів 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 1-4) – обговорення кейсів, усне опитування, задачі	50
Змістовий модуль 1 (теми 5-8) – обговорення кейсів, усне опитування, практичні завдання	50

### До Силабусу також готуються матеріали навчально-методичного комплексу:

- 1) Навчальний контент (розширений план лекцій)
- 2) Тематика та зміст практичних робіт
- 3) Електронне навчання в системі MODLE.