

**Силабус курсу
ІМІДЖОЛОГІЯ**



Освітній ступінь – перший (бакалаврський)
Галузь знань: 20 Аграрні науки та продовольство
Спеціальність: 202 Захист і карантин рослин
Освітньо-професійна програма «Захист і карантин рослин»
Кількість кредитів: 3 (на основі повної загальної середньої освіти з терміном навчання 3 роки і 10 місяців), **3** (на основі ОКР молодшого спеціаліста з терміном навчання 2 роки і 10 місяців)
Рік підготовки, семестр – IV рік, II семестр, (на основі повної загальної середньої освіти), **III рік, II семестр** (на основі ОКР молодшого спеціаліста з терміном навчання 2 роки і 10 місяців)
Компонент освітньої програми: вибірковий
Дні занять: – згідно з розкладом занять
Консультації: – згідно з графіком індивідуальної роботи

Мова викладання: українська

Керівники курсу

ПІБ д.ф.н., проф. **Буяк Богдан Богданович**

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	Іміджмейкерство	Проводити аналіз основних технологій іміджмейкінгу. Оволодіють методами формування, реалізації, корегування іміджу. Характеризувати методи, тактики, стратегії формування іміджу. Створювати іміджевий сценарій та макети іміджевих проектів.	Питання
2 / 2	2. Особистий імідж	Оволодіють техніками і технологіями формування	Кейси

		ефективного особистого і ділового іміджу та селф-брендингу.	
2 / 2	3. Корпоративна іміджологія	Визначати складники та етапи формування іміджу організації.	Задачі, кейси
1 / 2	4. Імідж ділових людей у сучасному світі	Правильно обирати та поєднувати одяг, взуття, аксесуари у створенні іміджу ділової жінки/чоловіка.	Тести, питання
1 / 2	5. Невербальні сигнали, діловий етикет у побудові іміджу	Аналізувати невербальні сигнали у побудові особистого та корпоративного іміджу.	Задачі, питання
2 / 2	7. Зовнішній та внутрішній імідж держави	Визначати складники зовнішнього та внутрішнього іміджу держави. Розробляти стратегії формування позитивного іміджу України.	Тести, питання
2 / 2	8. 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: соціально-комунікаційний підхід. *Держава та регіони*. Вип. 2 (66), 2019. С. 92–95.
2. Девід Д'Алессандро. Карьерные войны. 10 правил построения успешного личного бренда. 2004. 208 с.
3. Іміджологія : навч. посібн. для дистанційного навчання. Київ : Університет «Україна», 2008. 217 с.
4. Іміджологія : навч. посібн. для дистанційного навчання / за наук. ред. В. Бебика. Київ : 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. Москва: Аспект Пресс, 2002. 114 с.
8. Семченко О. Іміджева політика України. Київ, 2014. 272 с.
9. Черепанова В. Н. Курс лекций по имиджологии : учебное пособие. Тюмень: ТюмГНГУ. 2002. 185 с.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перекладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-10 балів). Перекладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагиату 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 відбутись 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