



Силабус курсу Імідж-менеджмент

Ступінь вищої освіти – магістр
Спеціальність 073 Менеджмент

Освітньо-професійна програма - «Управління персоналом»

Дні занять:
Консультації:

Рік навчання: 1
Семестр: 2

Кількість кредитів: 5
Мова викладання: українська

Керівник курсу



канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу
Прохоровська Світлана Анатоліївна

Контактна
інформація

Контактна інформація s.a.prokhorovska@wunu.edu.ua+380985745369

Опис дисципліни

— Дисципліна “Імідж-менеджмент” спрямована на формування у студентів цілісного й системного розуміння: іміджу як явища; іміджмейкерства та його особливостей як форми сучасних соціальних комунікацій; психологічних властивостей іміджу; методів створення ефективного імідж-образу; технологій формування особистісного, ділового іміджу, іміджу організації, обґрунтування ролі іміджу роботодавця на ринку праці; оцінювання конкурентоспроможності підприємства на ринку праці; застосування інструментів формування позитивного іміджу роботодавця в практичній діяльності.

— Структура курсу

№ з/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Тема 1. Імідж організації	З’ясувати сутність імідж-менеджменту в сучасних умовах; опанувати поняття іміджу компанії; з’ясувати етапи створення іміджу, елементи, типи.	Презентації, питання, тести

2	Тема 2. Імідж та репутация роботодавця	<i>Вивчити фактори впливу на формування іміджу підприємства на зовнішніх ринках та методи оцінки іміджу фірми та ділової репутації</i>	<i>Управлінські ситуації</i>
3	Тема 3. Розроблення концепції іміджу роботодавця	<i>Вивчити порядок розроблення плану заходів щодо реалізації концепції бренду роботодавця; застосовувати інструменти формування позитивного іміджу та бренду</i>	<i>Презентації, питання, вправи</i>
4	Тема 4. Дослідження конкурентоспроможності підприємства та іміджу організації, іміджу роботодавця на ринку праці	<i>Застосовувати технології дослідження позицій підприємств-конкурентів на ринку праці</i>	<i>Управлінські ситуації, тести</i>
5	Тема 5. Дослідження конкурентоспроможності підприємства та іміджу організації, іміджу роботодавця на ринку праці	<i>Застосовувати технології дослідження позицій підприємств-конкурентів на ринку праці</i>	<i>Управлінські ситуації, тести</i>
6.	Тема 6. Технології просування бренду роботодавця	<i>З'ясувати роль комунікацій в просуванні бренду роботодавця</i>	<i>Презентації, питання, вправи</i>
7	Тема 7. Технології формування внутрішнього іміджу підприємства. Особистий імідж.	<i>Опанувати процедуру формування внутрішнього іміджу організації та роботодавця. Розуміти структуру особистого іміджу і вміти аналізувати іміджеву символіку. Уміти складати портретні, соціально-рольові, індивідуально-особистісні та глибинні характеристики іміджу. Застосовувати техніки побудови особистого іміджу та обґрунтовувати перспективи розвитку технологій управління особистим іміджем.</i>	<i>Кейси презентації, питання, вправи,</i>

8	Тема 8. Організація внутрішніх комунікацій для формування та підтримання	<i>З'ясувати місце внутрішніх комунікацій у формуванні іміджу та розвитку бренда роботодавця</i>	<i>Презентація, питання, вправи</i>
9	Тема 9. Імідж керівника та його вплив на бренд роботодавця. Програмування успіху й кар'єри	<i>Вияснити взаємозв'язок іміджу керівника та бренду роботодавця.</i>	<i>Презентація, питання, вправи</i>

Літературні джерела

1. Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / за наук. ред. В. М. Бебика. К.: Університет «Україна», 2008. 217 с.
2. Бугрим В. В. Іміджологія / Іміджмейкінг: навчальний посібник. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. 250 с.
3. Буторіна В.Б. Іміджеологія і PR підприємств туристичної галузі : навчально-методичний посібник / Вероніка Борисівна Буторіна. Кам'янецьПодільський: ПП «Медобори-2006», 2015. 112 с.
4. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: Навч. посіб. К.: Кондор, 2007. 356 с.
5. Прохоровська С.А. Роль комунікацій в управлінні брендом роботодавця. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. [наук. журнал]. Тернопіль.: Економічна думка, 2015. Вип. 20. С. 87 – 91
6. Прохоровська С.А. Управління корпоративним іміджем компанії / зб. тез доповідей учасників ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток індустрії гостинності та міжнародного бізнесу: сучасний стан і перспективи / Тернопіль 22 травня 2020 р. Т.: ТНЕУ, 2020. 224 с. (С. 200-202)
7. Прохоровська С.А. Формування іміджу організації *Актуальні проблеми менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки* : зб. тез доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю (17 квітня 2020р.). Т.: ТНЕУ, 2020. С. 154-158. URL: <http://dspace.wnu.edu.ua/handle/316497/38661>
8. Хомуленко Т. Б. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу / Т. Б. Хомуленко, Ю. Г. Падафет, О. В. Скоріна. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2005. 272 с.
9. Химич І. Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури // Економіка та держава. 2009. № 2. С.59-60.
10. Цимбалюк С.О. Управління брендом роботодавця: навч.посіб. К.: КНЕУ,. 2016. 256 с.
11. Bromley D.B. Psychological aspects of corporate identity, image, and reputation. *Corporate Reputation Review*. 2000. Vol. 3. № 3. P. 240–252.
12. Carreras E. *Corporate Reputation* / E.Carreras, A. Alloza, A. Carreras. London : LID Publishing Ltd., 2013. 501 p.
13. Gaines Leslie Ross *Corporate Reputation 12 Steps to Safeguarding and Recovering Reputation*. 2008. 208 p.
14. PERSONAL IMAGE MANAGEMENT ONE-DAY WORKSHOP URL: https://www.britishcouncil.my/sites/default/files/personal_image_management.pdf
15. *Image Management* URL:: <https://imageconsultantproducts.com/products/image-management>

16. Image Management: a Critical Element of Executive Presence. URL: <https://samiragupta.com/post/image-management-a-critical-element-of-executive-presence>

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів і перескладання:** Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету (інституту) за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів заборонено.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбутись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Імідж-менеджмент» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3	Модуль 4
20%	20%	5%	15%	40%
Поточне оцінювання	Модульний контроль	Тренінги	Самостійна робота	Екзамен
Оцінка за поточне оцінювання визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих протягом занять. Оцінювання за 100-бальною шкалою	Модульний контроль включає 20 тестів по 2 бали = 40 балів; два практичні завдання 60 балів (2 по 30 балів)	Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих за виконання 3 завдань. Оцінювання за 100-бальною шкалою	Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих за виконання 2 завдань. Оцінювання за 100-бальною шкалою	Одне теоретичне питання - 20 балів; тести 20 тестів по 2 бали = 40 балів; практичне завдання 40 балів

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