



## Силабус курсу Іміджологія

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Спеціальність – 076 Підприємництво та торгівля

Освітньо-професійна програма «Підприємництво та торгівля»

Рік навчання: II, Семестр: IV

Керівник курсу

Кількість кредитів: 5

к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародного експорту, маркетингу та менеджменту ІФННІМ ЗУНУ  
Стефанишин Лілія Стефанівна

Мова викладання: українська

Контактна інформація : liliua627@gmail.com, +380342754622

### Опис дисципліни

Дисципліна «Іміджологія» спрямована на формування знань про роль та значення іміджу у публічному управлінні та його впливу на формування авторитету та забезпечення успішного просування в кар'єрі окремого фахівця, а також цілісного уявлення про особливості формування позитивного та ефективного іміджу організації, що базується на знанні психологічних основ іміджування, теоретичних знаннях та практичних навичках самопрезентації у вербальному та невербальному спілкуванні

Основною метою викладання дисципліни «Іміджологія» є висвітлення теоретико-методологічних засади іміджології; визначення місця та ролі іміджології в системі управління; вивчення закономірностей формування і трансформації іміджу, способи корекції та управління іміджем; вивчення та оволодіння прийомами і методами психологічного впливу та переконання на людей в процесі формування іміджу; сприяння розумінню студентами місця і значення іміджології у сфері управління; озброїти студентів знаннями теоретичних основ, основних механізмів і методів формування позитивного іміджу.

Завдання дисципліни: вдосконалити вміння майбутнього фахівця основам мистецтва використання закономірностей побудови іміджу в практичній діяльності; допомогти студентам опанувати технології самопрезентації, а також навички і вміння їх ефективного використання в процесі майбутньої професійної діяльності; опанувати технологію створення власного іміджу та іміджу організації.

### Структура курсу

Години (лек./сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2/2	Тема 1. Іміджологія як наука та навчальна дисципліна	Давати системну характеристику іміджології. Її предмета, об'єкта, цілей завдань, та функцій іміджології. Аналізувати методологічну базу іміджології її взаємозв'язок з іншими дисциплінами.	Тести, питання
4/4	Тема 2. Типи іміджів	Проводити аналіз основних теоретичних підходів до визначення поняття "імідж". Пояснювати функції та роль іміджу в структурі сучасного світу..	Тести, питання
4/4	Тема 3. Іміджмейкінг: сутність, основні принципи політичної влади. .	Вміти характеризувати . основні підходи до типології іміджів, типи іміджів у світлі функціонального підходу. Приклади типологій іміджі (світовий та вітчизняний досвід).	Реферати

2/2	Тема 4. Основні закономірності побудови іміджу	Вміти характеризувати цілі та завдання іміджмейкінгу, основні принципи роботи з іміджстворюючими якостями, основні принципи організації іміджевих заходів.	Есе
4/4	Тема 5. Інструментарій іміджології. Іміджеві стратегії	Давати загальну характеристику специфіки PR-акцій та PR- кампаній у процесі побудови: іміджу особистості; корпоративного іміджу, сутність антикризового PR, технологію й організація рекламної кампанії: стратегію рекламної діяльності (план, етапи, графіки); переваги та недоліки засобів поширення реклами..	Тести, питання
4/4	Тема 6. Особливості рекламної діяльності у створенні іміджу	Пояснювати . методологію іміджології, позиціонування та маніпулювання, міфологізацію та деталізацію, емоціоналізацію та вербалізацію, акцентування інформації та дослідження громадської думки.	Есе
4/4	Тема 7. Створення іміджу організації (корпоративний імідж): основні вимоги та чинники.	Здійснювати аналіз складових іміджу організації, загальні ознаки іміджу організації. провідні напрями формування корпоративного іміджу (PR, реклама, фірмовий стиль, корпоративна культура тощо), основні параметри іміджу організації, вплив чинників зовнішнього середовища організації на перебіг та напрямок процесу створення іміджу основні чинники внутрішнього середовища організації, що впливають на імідж організації, основні етапи формування іміджу організації, зміна іміджу організації як основа стратегії у кризовій ситуації, основні форми розроблення та підтримання позитивного іміджу організації, особливості побудови корпоративного іміджу у фінансовій сфері.	Тести, питання
4/4	Тема 8. Технології формування політичного іміджу.	Вміти аналізувати світовий досвід формування політичного іміджу, типи політичних іміджів у національному вимірі, методи формування політичного іміджу: “клапана”, “живої мішені”, “краплі”, “підказки”, резонансної технології і т. д. стратегію формування політичного іміджу, основні тактики створення іміджу політика, маніпулятивні прийоми та технології у політичній комунікації., соціально-психологічні моделі створення політичного іміджу, інформаційно-комунікативні технології як фактор ефективного функціонування політичного іміджу.	Тести, питання

4/4	Тема 9. Імідж країни	Давати загальну характеристику складових іміджу країни, основні механізми формування, підтримання, корекції та управління, внутрішній імідж країни: умови формування. об'єктивні іміджі країни (економічний, соціальний, гуманітарний, політичний, культурний, економічний і т. д.). роль ЗМІ у процесі створення іміджу країни, основні функції іміджу країни, суб'єктивні та об'єктивні фактори побудови іміджу країни, соціальні цінності як чинник формування іміджу країни, соціально- психологічні особливості формування іміджу країни, крос-культурні комунікації: сутність, специфіка, характерне, особливості побудови іміджу України.	Реферати
-----	----------------------	--	----------

### Літературні джерела

#### ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

1. Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. К.: Університет «Україна», 2018. 217 с.
2. Бугрим В. В. Іміджологія/ Іміджмейкінг: навчальний посібник. К.: ВПЦ «Київський університет», 2019. 250 с.
3. Приходченко Я.В. Іміджологія: конспект лекцій / Я. В. Приходченко. Донецьк: Донецький національний університет економіки і торгівлі, 2018. 49 с.
4. Хавкіна Л. М. Іміджологія: навчально-методичний посібник / Л. М. Хавкіна. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018 64 с.
5. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»] / І.Г. Шавкун, Я.С. Дибчинська. Запоріжжя : ЗНУ, 2019 111 с.

#### Додаткова література

1. Барна Н. В. Естетика іміджмейкінгу: монографія [Текст] / Н. В. Барна, С. І. Уланова; М-во освіти і науки, молоді та спорту України. К. : Слово, 2018. 176 с.
2. Бондаренко І. С. Іміджологія: Психологія іміджу [Текст]: навчально-методичний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя: ЗНУ, 2018. 122 с.
3. Бондаренко І.С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії: монографія / І. С. Бондаренко. Запоріжжя, 2018. 305 с.
4. Бондаренко І. С. Іміджологія: Імідж особистості [Текст]: навчально-методичний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». – Запоріжжя: ЗНУ, 2018. 162 с.
5. Білик Т. М. Дослідження особливостей структури взаємозв'язків інтерперсонального стилю мовленнєвого іміджу [Електронний ресурс] / Т. М. Білик. URL: <http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/>.
6. Бугрим В. В. Комунікативно-технологічні матриці побудови ефективного іміджу / В.В. Бугрим// Наукові записки Інституту журналістики. К., 2018. Т.28. С.33-42.
7. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: Монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2019. 145 с.
8. Лавренко О. Проблеми формування іміджу кандидата в депутати / О. Лавренко // Трибуна: Всеукраїнський громадсько-політичний і теоретичний журнал Товариства «Знання» України і Співки журналістів України. 2019. 7/8. С. 24–25.
9. Лісничий В. В., Грищенко В. О. (2005). Сучасний виборчий PR: Навч. посібник / В. В. Лісничий, В. О. Грищенко, В. М. Іванов, М. В. Кінах та ін. Северодонецьк: ЕВРИКА, 2001. 480 с. – ISBN 966-580-158-9.
10. Чечель О. Ю. (2018) ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ Інвестиції: практика та досвід № 10. С 82-86

11. Шавкун І. Г. (2018) Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»] / І.Г. Шавкун, Я.С. Дибчинська. Запоріжжя : ЗНУ. 111

12. Kire Sharlamanov, Aleksandar Jovanoski. (2018) The Role of Image in the Political Campaigns International Journal of Scientific & Engineering Research, Volume 5, Issue 6, June- 599-603 p

13. Balmas, M. (2018). Bad news: The changing coverage of national leaders in foreign media of Western democracies. Mass Communication and Society, 20(5), 663–685 p.

14. Balmas, M. (2018). Tell me who is your leader, and I will tell you who you are: Foreign leaders' perceived personality and public attitudes toward their countries and citizenry. American Journal of Political Science, 62(2), 499–514 p.

15. Diana Ingenhoff, Susanne Kleina (2018) Political Leader's Image in Public Diplomacy and Nation Branding: The Impact of Competence, Charisma, Integrity, and Gender International Journal of Communication 12 4507–4532 p.

### Політика оцінювання

- **Політика щодо дедайннів 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 відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

### Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	Модуль 4
20%	20%	20%	20%	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Поточне оцінювання	Модульний контроль 2	Тренінг	Самостійна робота
Середнє арифметичне від отриманих оцінок під час практичних занять по темах 1-3 не рідше одного разу на 2 практичні заняття	Контрольна робота (теми 1-3)	Середнє арифметичне від отриманих оцінок під час практичних занять по темах 4-9 не рідше одного разу на 2 практичні заняття	Контрольна робота (теми 4-9)	Оцінка за виконання проєкту	Оцінка за виконання дослідної роботи

### Шкала оцінювання:

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