

**ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Гуманітарно-педагогічний факультет**  
**Кафедра технологічної та професійної освіти і декоративного мистецтва**



## СИЛАБУС

Навчальна дисципліна **Іміджологія**  
 Освітньо-професійна програма **Професійна освіта (Технологія виробів легкої промисловості) (швейні вироби)**  
 Рівень вищої освіти **другий (магістерський)**

Позиція	Зміст інформації
Викладач(і)	Красильникова Ганна Володимирівна
Профайл викладача	<a href="http://tmtpn.khnu.km.ua/spivrobotnyky/">http://tmtpn.khnu.km.ua/spivrobotnyky/</a>
E-mail викладача(ів)	krasil@ukr.net
Контактний телефон	за домовленістю
Сторінка дисципліни в ІСУ	<a href="https://msn.khnu.km.ua/course/view.php?id=7375">https://msn.khnu.km.ua/course/view.php?id=7375</a>
Навчальний рік	2021-2022
Консультації	Очні: за розкладом Онлайн: за домовленістю

### Загальна характеристика дисципліни

Статус дисципліни	Форма навчання	Курс	Семестр	Загальний обсяг		Кількість годин						Форма семестрового контролю			
				Кредити ЄКТС	Години	Аудиторні заняття				Індивідуальна робота студента	Самостійна робота, у т.ч. РС	Курсовий проект	Курсова робота	залік	іспит
						Разом	Лекції	Лабораторні роботи	Практичні заняття						
В	Д	2	3	4	120	45	15		30		75			+	
В	З	2	3	4	120	12	6		6		108			+	

### Анотація навчальної дисципліни

Імідж як історико-культурний феномен. Іміджологія як наука. Поняття «імідж», «стиль», «образ». Типізація іміджу. Типологічні особливості іміджу. Функції іміджу. Фактори, які впливають на формування іміджу людини. Процес управління іміджем, технології створення і підтримки іміджу. Поняття іміджмейкінгу та його інструментарій. Особливості роботи іміджмейкера. Технології створення ефективного іміджу та техніки створення габітарного (зовнішнього) іміджу. Етика та етикет ділових відносин. Етапи роботи над іміджем. Побудова особистого іміджу. Психологічні аспекти ділового іміджу. Імідж організації. Корпоративний імідж. Імідж керівника. Поняття «репутація». Створення «бренду» товарів і послуг.

### **Мета і завдання дисципліни**

**Мета дисципліни.** Формування цілісного розуміння іміджу як соціо-культурного явища, іміджмейкерства та його особливостей як форми сучасної комунікації, психологічних властивостей іміджу та технологій створення і управління власним іміджем.

**Завдання дисципліни.** Ознайомити студентів з іміджуванням як однією із сфер соціокомунікаційної творчості; надати знання про основні напрямки і форми діяльності іміджмейкера, сформувані вміння створювати ефективний імідж, у т.ч. габітарний (зовнішній) імідж та підтримувати і управляти ним.

### **Очікувані результати навчання**

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: *володіти* термінологічним апаратом та вміло його застосовувати, *володіти* прийомами створення ефективного іміджу та управління ним; *уміти аналізувати* складники іміджу з метою його подальшого удосконалення; *орієнтуватися* у традиційних та нових формах і прийомах іміджевої діяльності; *формувані* ефективний імідж, підтримувати його та управляти ним.

### **Тематичний і календарний план вивчення дисципліни**

№ тижня	Тема лекції	Тема практич. заняття	Самостійна робота студента		
			зміст	год.	Література
1	Ретроспектива зародження та розвитку явища «іміджу»	ПР№1 Аналіз термінологічного поля у сфері іміджу	Опрацювання теоретичного матеріалу лекції, робота над завданнями ПР№1 Робота над ІДЗ	5	[1, с.14-24] Лекція №1
2				5	MOODLE
3	Типізація іміджу та його функції	ПР№2 Психологічні аспекти образу-іміджу	Опрацювання теоретичного матеріалу лекції, робота над завданнями ПР№2 Робота над ІДЗ	5	[1, с. 24-43], [2, с.15-19], [3], [4] Лекція 2
4				5	MOODLE
5	Структура іміджу особистості	ПР№3 Психологічний практикум. Складання портретної характеристики публічної особи	Опрацювання теоретичного матеріалу лекції, робота над завданнями ПР№3 Робота над ІДЗ	5	[1, с. 132-150], [2, с. 19-25], [3], [4] Лекція 3
6				5	MOODLE
7	Зовнішній вигляд у структурі іміджу особистості	ПР№4 Тренінг Самооцінювання особистого іміджу (за О.Змановською)	Опрацювання теоретичного матеріалу лекції, робота над завданнями ПР№4 Робота над ІДЗ	5	[1, с. 158-173], [3], [4] Лекція 4
8				5	MOODLE
9	Побудова ефективного імідж-образу	ПР№5 Формування стратегії управління особистим іміджем	Опрацювання теоретичного матеріалу лекції, робота над завданнями ПР№5 Робота над ІДЗ	5	[1, с. 151-173], [3], [4] Лекція 5
10				5	MOODLE

№ тижня	Тема лекції	Тема практич. заняття	Самостійна робота студента		
			зміст	год.	Література
11	Особливості створення ділового іміджу	ПР№6 Технології управління особистим іміджем	Опрацювання теоретичного матеріалу лекції, робота над завданнями ПР№6 Робота над ІДЗ	5	[3], [4]
12				5	MOODLE
13	Корпоративний імідж	ПР№7 Порівняльний аналіз моделей формування іміджу організацій	Опрацювання теоретичного матеріалу лекції, робота над завданнями ПР№7 Робота над ІДЗ	5	[3], [4]
14				5	MOODLE
15	Іміджмейкерство та його особливості		Захист ІДЗ	5	[1, с. 43-66]

### **Орієнтовна тематика індивідуальних завдань**

Написання есе на тему «Аналіз стратегії управління особистим іміджем (на прикладі відомих осіб – політиків, громадських діячів, акторів, предств. вників шоу-бізнесу, спортсменів, науковців, педагогів тощо)».

### **Політика дисципліни**

Організація навчання з дисципліни здійснюється відповідно до існуючих положень про організацію освітнього процесу та контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти. Практичні роботи студент зобов'язаний виконувати самостійно і вчасно здавати згідно з графіком навчального процесу. Під час вивчення дисципліни здобувач вищої освіти має дотримуватися принципів академічної доброчесності.

За попереднім погодженням з викладачем допускається зарахування здобувачам вищої освіти результатів неформальної освіти, що відповідає предмету навчальної дисципліни, здобутих на відкритих он-лайн курсах, освітніх платформах тощо.

### **Критерії оцінювання результатів навчання**

Кожний вид роботи з дисципліни оцінюється за **чотирибальною** шкалою. Семестрова підсумкова оцінка визначається як середньозважена з усіх видів навчальної роботи, виконаних і зданих **позитивно** з врахуванням коефіцієнта вагомості. Встановлені такі вагові коефіцієнти з дисципліни: 0,7 – за виконання та здачу практичних робіт, 0,3 – за виконання ІДЗ (есе).

### **Структурування дисципліни за видами робіт і оцінювання результатів навчання студентів денної форми навчання за ваговими коефіцієнтами**

Аудиторна робота	Самостійна, індивідуальна робота	Семестровий контроль
Практичні роботи	ІДЗ (есе)	Підсумковий контрольний захід
1-7	1	залік
ВК: 0,7	0,3	-

**Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС**

Оцінка ЄКТС	Інтервальна шкала балів	Вітчизняна оцінка	
A	4,75–5,00	5	<b>Відмінно</b> – глибоке і повне опанування навчального матеріалу і виявлення відповідних умінь та навиків
B	4,25–4,74	4	<b>Добре</b> – повне знання навчального матеріалу з кількома незначними помилками
C	3,75–4,24	4	<b>Добре</b> – в загальному правильна відповідь з двома-трьома суттєвими помилками
D	3,25–3,74	3	<b>Задовільно</b> – неповне опанування програмного матеріалу, але достатнє для практичної діяльності за професією
E	3,00–3,24	3	<b>Задовільно</b> – неповне опанування програмного матеріалу, що задовольняє мінімальні критерії оцінювання
FX	2,00–2,99	2	<b>Незадовільно</b> – безсистемність одержаних знань і неможливість продовжити навчання без додаткових знань з дисципліни
F	0,00–1,99	2	<b>Незадовільно</b> – необхідна серйозна подальша робота і повторне вивчення дисципліни

**Питання для самоконтролю набутих результатів навчання**

- 1 Історія та основні етапи розвитку категорії іміджу
- 2 Співвідношення основних понять у сфері іміджу
- 3 Категорія іміджу в сучасному соціокомунікаційному процесі
- 4 Типи іміджу
- 5 Функції іміджу
- 6 Ціннісні функції іміджу
- 7 Особистий та колективний іміджі: типи, корелювання та взаємовпливи
- 8 Структура іміджу особистості
- 9 Публічні та непублічні особи: рівень і специфіка іміджування.
- 10 Імідж у сфері ділового спілкування
- 11 Етапи формування особистого іміджу
- 12 Чинники, що впливають на формування іміджу
- 13 .Стратегія управління особистим іміджем
- 14 Технології управління особистим іміджем
- 15 Колективний (груповий, корпоративний) імідж.
- 16 Іміджмейкерство та його особливості

**Література:**

**Основна:**

- 1 Барна Н.В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання /За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна», 2008.— 217 с.
- 2 Хавкіна Л. М. Іміджологія : навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» / Л. М. Хавкіна. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 64 с.
- 3 Калениченко Р.А. Психологія іміджу: Навч. посіб. – К.: КиМУ, 2008. –102с.
- 4 Бугрим В. В. Іміджологія / Іміджмейкінг: навчальний посібник. –К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. –250 с.

**Додаткова:**

- 5 Іміджологія: Навч.-метод. матеріали до курсу занять / Харк. держ. акад. культури; Уклад.: Ю. Є. Петрухно. – Х.: ХДАК., 2003. – 23 с.
- 6 Палеха Ю.І. 3 Іміджологія / Навч. посібник / За ред. З.І. Тимошенко, Ю.І. Палеха. – Київ: Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – с.
- 6 Ковальова І.О. Педагогічна іміджологія: сутність, етимологія, шляхи креативного використання у сучасному вищому навчальному закладі / І.О. Ковальова // Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. – Вип. 6 : збірник наукових праць. – Київ: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2011. - С. 213-227.  
<http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/1582>