

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний
соціально-економічний коледж

Кафедра обліку і оподаткування

ЗАТВЕРДЖЕНО

Директор коледжу

(Тріпак М.М.)

«30» жовтня 2019р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІМІДЖЕЛОГІЯ

освітній ступінь	Бакалавр
освітньо-професійна програма	Облік і оподаткування
шифр і назва галузі знань	07 Управління та адміністрування
шифр і назва спеціальності	071 Облік і оподаткування
назва спеціалізації	
мова викладання	державна

м. Кам'янець-Подільський

2019 рік

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО:
Подільським спеціальним навчально-реабілітаційним соціально-економічним
коледжем

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

1. Комарніцька Людмила Миколаївна, викладач, магістр.

Розглянуто і затверджено на засіданні кафедри обліку і оподаткування, що відповідає за забезпечення освітньої програми

Протокол від «28» серпня 2019 року № 1
 В.о. завідувача кафедри _____ (Коркушко О.Н.)
 (підпис) (прізвище та ініціали)
 « 28 » _____ 08 _____ 20 19 року

Схвалено Науково-методичною комісією Подільського спеціального навчально-реабілітаційного соціально-економічного коледжу

Протокол від «29» серпня 2019 року № 1
 Голова _____ (Гуменюк І.Л.)
 (підпис) (прізвище та ініціали)
 « 29 » _____ серпня _____ 20 19 року

Схвалено Вченою радою Подільського спеціального навчально-реабілітаційного соціально-економічного коледжу

Протокол від «30» серпня 2019 року № 1
 Голова _____ (Тріпак М.М.)
 (підпис) (прізвище та ініціали)
 « 30 » _____ серпня _____ 20 19 року

Програму перевірено

Завідувач навчально-методичного відділу
 _____ (Гарбарець І.А.)
 (підпис) (прізвище та ініціали)
 « 29 » _____ серпня _____ 20 19 року

1. Мета навчальної дисципліни

1.1. Мета вивчення навчальної дисципліни:

сприяти розширенню світогляду студентів через розвиток аналітичного мислення, осягнення етично-естетичних моделей іміджу, психологічних знань та навичок для вирішення проблем комунікації і професійної реалізації.

1.2. Компетентності, яких набувають студенти в процесі вивчення навчальної дисципліни:

Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми під час професійної діяльності у сфері обліку, аудиту та оподаткування або в процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки і характеризується комплексністю й невизначеністю умов.
Загальні компетентності	ЗК 03. Здатність працювати в команді. ЗК 04. Здатність працювати автономно. ЗК 05. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності. ЗК 06. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів). ЗК 07. Здатність бути критичним та самокритичним. ЗК 15. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство там у розвитку суспільства, техніки і технологій, вести здоровий спосіб життя.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	

1.3. Програмні результати навчання:

Програмні результати навчання	ПР 17. Вміти працювати як самостійно, так і в команді, проявляти лідерські якості та відповідальність у роботі, дотримуватися етичних принципів, поважати індивідуальне та культурне різноманіття. ПР 23. Зберігати та примножувати досягнення і цінності суспільства на основі розуміння місця предметної області у загальній системі знань, використовувати різні види та форми рухової активності для ведення здорового способу життя.
--------------------------------------	--

2. Опис навчальної дисципліни

1. Найменування показників:

1.1. Кількість кредитів – 4

1.2. Загальна кількість годин – 120

1.3. Кількість модулів – 2

1.4. Кількість змістових модулів – 2

1.5. Індивідуальне науково-дослідне завдання (назва) – реферат

2. Характеристика навчальної дисципліни:

2.1. Форма навчання – денна, заочна

2.2. Статус навчальної дисципліни (нормативна/навчальна дисципліна самостійного вибору) – нормативна

2.3. Передумови для вивчення дисципліни (перелік навчальних дисциплін, які мають бути вивчені раніше, перелік раніше здобутих результатів навчання) – соціологія **ПР 21** Розуміти вимоги до діяльності за спеціальністю, зумовлені необхідністю забезпечення сталого розвитку України, її зміцнення як демократичної, соціальної, правової держави.

3. Обсяг навчальної дисципліни

3.1. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовний модуль, тема та її короткий зміст	Шифри якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти	Шифри програмних результатів навчання здобувача вищої освіти
Змістовний модуль 1. Теоретичні та практичні аспекти іміджу та іміджмейкерства		
Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу Імідж та його природа. Іміджелогія в комплексі наук. Типізація іміджу. Основні функції іміджу. Поліфункціональність іміджу. Імідж як міфологічний архетип. Маніпуляція та міфологізація в іміджмейкерстві. Філософія іміджелогії. Індивідуальний та корпоративний імідж.	ЗК 03. ЗК 04. ЗК 05. ЗК 06. ЗК 07. ЗК 15.	РН 17 РН 23
Тема 2. Імідж в історичній ретроспективі Протоіміджеві явища у Стародавньому світі. Категорія іміджу в Середні віки. Американська, західноєвропейська й вітчизняна традиції іміджування XIX–XX століть.	ЗК 03. ЗК 04. ЗК 05. ЗК 06. ЗК 07. ЗК 15.	РН 17 РН 23
Тема 3. Іміджмейкерство та його особливості Іміджмейкінг. Психологічні аспекти створення образу в іміджмейкерстві. Корпоративна культура та її вплив на розвиток організації. Імідж як міфологічний архетип. Методи формування, реалізації, корегування іміджу організації. Коучинг як глибинний інструментарій іміджмейкерства. Моделювання іміджу. Професія іміджмейкера	ЗК 03. ЗК 04. ЗК 05. ЗК 06. ЗК 07. ЗК 15.	РН 17 РН 23
Тема 4. Особливості рекламної діяльності у створенні іміджу Завдання і функції іміджреклами. Слоган як основна рекламна константа. Організація та планування рекламних кампаній. Імідж і телекомунікації. PR у системі управління підприємством. Імідж-стратегії впливу на масову аудиторію.	ЗК 03. ЗК 04. ЗК 05. ЗК 06. ЗК 07. ЗК 15.	РН 17 РН 23
Тема 5. Політичний імідж Поняття політичного іміджу. Класифікація політичного іміджу. Складові іміджу політичного лідера. Поняття «імідж ворога»,	ЗК 03. ЗК 04. ЗК 05.	РН 17 РН 23

цілі й основні схеми його формування. Компромат як основний інструмент формування негативного іміджу.	ЗК 06. ЗК 07. ЗК 15.	
Тема 6. Імідж країни Імідж лідера. Складові іміджу країни. Зовнішній імідж країни і внутрішній імідж країни. Роль ЗМІ у процесі створення іміджу країни. Основні функції іміджу країни. Особливості побудови іміджу України.	ЗК 03. ЗК 05. ЗК 06. ЗК 07. ЗК 15.	РН 17 РН 23
Змістовний модуль 2. Персональна іміджелогія.		
Тема 7. Поняття лідерства. Загальноприйнятті теорії лідерства. Керівництво та лідерство: спільні і відмінні риси. Поняття мажор в сучасному житті	ЗК 03. ЗК 04. ЗК 05. ЗК 15.	РН 17 РН 23
Тема 8. Персональна іміджелогія. Імідж оратора Специфіка особистого іміджу в політиці, бізнесі та шоу-бізнесі. Структура особистого іміджу та способи його аналізу. Вплив іміджу на кар'єру. Основні вимоги до оратора. Тестування на упевненість у собі. Підбір одягу та аксесуарів оратора. Виголошення промови за усіма правилами ораторського мистецтва. Фізіогноміка, кінесика і стилістика як іміджеві стратегії. Мова в створенні іміджу. Технологія спілкування	ЗК 03. ЗК 04. ЗК 05. ЗК 07. ЗК 15.	РН 17 РН 23
Тема 9. Технології управління особистісним іміджем Анатомія особистісного іміджу. Структура особистісного іміджу. Глибинні характеристики іміджу. Психологічні передумови формування ділового іміджу. Розходження та подібність у діловому іміджі. Вихідні складові особистого іміджу. Поведінка та її моделі	ЗК 03. ЗК 04. ЗК 05. ЗК 06. ЗК 07. ЗК 15.	РН 17 РН 23
Тема 10. Побудова ефективного іміджу Стратегії управління особистісним іміджем. Техніки створення ефективного імідж-образу. Технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу. Створення індивідуального стилю. Використання символів під час створення іміджу. Стиль життя як соціологічна категорія	ЗК 03. ЗК 04. ЗК 05. ЗК 06. ЗК 15.	РН 17 РН 23
Тема 11. Мода та етикет у структурі іміджу Поняття моди та етикету. Сімейний етикет. Етикет давньої Греції та давнього Риму. Етикет у феодальному суспільстві. Давньоукраїнські етикетні звичаї. Трансформації моди, етикету, комунікативних правил у ХХ ст. Інструментарій особистого контактування. Елегантність манер	ЗК 03. ЗК 04. ЗК 06. ЗК 07. ЗК 15.	РН 17 РН 23
Тема 12. Особливості створення ділового іміджу Імідж ділового чоловіка у сучасному світі. Види одягу й взуття для ділового чоловіка. Поєднання кольорів у чоловічому одязі. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду чоловіка. Імідж ділової жінки у сучасному світі. Види одягу і взуття для ділової жінки. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду жінки. Імідж як мистецтво. Складові особистісного іміджу. Гендерні аспекти іміджу.	ЗК 03. ЗК 04. ЗК 05. ЗК 06. ЗК 07. ЗК 15.	РН 17 РН 23

3.2. Розподіл у годинах за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять, програма навчальної дисципліни

3.2.1. Очна (денна)

1) Програма навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин						
	УСЬОГО	л	пр	сем	лаб	сам.в.	
ЗМ 1. Теоретичні та практичні аспекти іміджу та іміджмейкерства							
Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу	14	4				10	
Тема 2. Імідж в історичній ретроспективі	3					3	
Тема 3. Іміджмейкерство та його особливості	25	6		2		17	
Тема 4. Особливості рекламної діяльності у створенні іміджу	11	4				7	
Тема 5. Політичний імідж	9	2		2		5	
Тема 6. Імідж країни	4	2		2			
ЗМ 2. Персональна іміджологія							
Тема 7. Імідж лідера	4	2				2	
Тема 8. Персональна іміджологія. Імідж оратора	13	3		2		8	
Тема 9. Технології управління особистісним іміджем	8					8	
Тема 10. Побудова ефективного іміджу	9	4				5	
Тема 11. Мода та етикет у структурі іміджу	10	4				6	
Тема 12. Особливості створення ділового іміджу	10	4		2		4	
РАЗОМ	120	35		10		75	

2) Теми та короткий зміст лекційних занять

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
1	Тема 1. Іміджологія як наука та навчальна дисципліна	Поняття «імідж» та його природа. Поняття «іміджологія» та «іміджмейкерство». Іміджологія: предмет та мета курсу. Характерні особливості ділового іміджу.	2
2	Тема 1. Імідж феномен сучасності	Типи іміджу. Маніпуляція та міфологізація в іміджмейкерстві. Найхарактерніші складові частини імідж-образу. Основні функції іміджу.	2
3	Тема 3. Поняття іміджмейкінгу. Об'єкти	Іміджмейкінг та його цілі. Прийоми іміджмейкінгу в історичній ретроспективі. Психологічні особливості створення іміджу. Об'єкти іміджування за дослідженнями Г.	2

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
	іміджування.	Почепцова.	
4	Тема 3. Імідж як міфологічний архетип	Поняття міфу. Види міфів. Поняття героїзму і міфологія. Міфологізація іміджу на практиці.	2
5	Тема 3. Корпоративна культура та її вплив на розвиток організації	Рівні та функції корпоративної культури. Поняття корпоративної культури. Способи передачі корпоративної культури працівника.	2
6	Тема 4. Особливості рекламної діяльності у створенні іміджу	Завдання і функції іміджреклами. Слоган як основна рекламна константа. Організація та планування рекламних кампаній.	2
7	Тема 4. Роль реклами у створенні іміджу	Суть реклами та її функції. «Слоган» як складова реклами. Особливості організації рекламних компаній	2
8	Тема 5. Політичний імідж	Поняття політичного іміджу. Класифікація політичного іміджу. Складові іміджу політичного лідера.	2
9	Тема 6. Імідж країни	Складові іміджу країни. Зовнішній та внутрішній імідж країни. Роль ЗМІ у процесі створення іміджу країни. Основні функції іміджу країни. Особливості побудови іміджу України.	2
10	Тема 7. Імідж лідера	Поняття лідерства. Загальноприйнятті теорії лідерства. Керівництво та лідерство: спільні і відмінні риси. Поняття «мажор» у сучасному житті.	2
11	Тема 8. Персональна іміджелогія	Специфіка особистого іміджу в політиці, бізнесі та шоу-бізнесі. Структура особистого іміджу та способи його аналізу. Вплив іміджу на кар'єру.	2
12	Тема 8. Імідж оратора	Основні вимоги до оратора. Тестування на упевненість у собі. Підбір одягу та аксесуарів оратора. Виголошення промови за усіма правилами ораторського мистецтва.	1
13	Тема 10. Стратегії управління особистісним іміджем	Етапи управління особистим іміджем. Техніки створення ефективного імідж-образу.	2
14	Тема 10. Технології	Створення індивідуального стилю. Використання символів під час створення	2

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
	створення габітарного (зовнішнього) іміджу	іміджу.	
15	Тема 11. Мода та етикет в історичній ретроспективі	Етикет давньої Греції та давнього Риму. Етикет у феодальному суспільстві. Давньоукраїнські етикетні звичаї. Роль освіти у розвитку моди та етикету у кінці XIX поч. XX ст. Трансформації моди, етикету, комунікативних правил у XX ст.	2
16	Тема 11. Етикет як складова у формуванні іміджу	Етикет як частина загальнолюдської культури. Культура зовнішнього вигляду. Невербальні складові етикету. Етнопонаціональні особливості ділового протоколу. Застілля та фуршети: манери поведінки.	2
17	Тема 12. Імідж ділового чоловіка у сучасному світі	Види одягу й взуття для ділового чоловіка. Поєднання кольорів у чоловічому одязі. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду чоловіка.	2
18	Тема 12. Імідж ділової жінки у сучасному світі	Види одягу і взуття для ділової жінки. Поєднання кольорів у жіночому одязі. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду жінки.	2
Всього			35

3) Теми та короткий зміст семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
1	Тема 3. Корпоративний імідж	Структура іміджу організації, внутрішній та зовнішній імідж. Імідж фірми як найважливіший фактор успіху бізнесу. Імідж керівників та персоналу. Особистий імідж бізнесмена і його роль в успішному розвитку бізнесу.	2
2	Тема 5. Імідж політика	Поняття політичного іміджу. Імідж політичного лідера	2
3	Тема 6. Зовнішній і внутрішній іміджі держави та нації	Імідж держави: складові та функції. Зовнішній імідж держави. Внутрішній імідж держави. Сучасні складові іміджу держави й нації. Іміджетворчі для сприйняття України події та особи	2
4	Тема 8. Імідж слухача	Тестування на вміння слухати. Класифікація рівнів слухання. Визначення особистого рівня слухання	2
5	Тема 12. Діловий імідж як	Формування ділового іміджу. Ефекти сприйняття людини людиною. Зовнішній	2

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
	умова успіху	вигляд ділової людини.	
Всього			10

4) Теми та короткий зміст практичних занять

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
1			
2			
Всього			

5) Теми та короткий зміст лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
1			
2			
Всього			

б) Теми, що виносяться на самостійне опрацювання, їх короткий зміст

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
1	Тема 1. Іміджелогія: сутність специфіка навчального курсу та	Витоки іміджелогії. Психологічний, педагогічний, прикладний, соціологічний підходи в іміджелогії. Іміджелогія як наука про підвищення ефективності спілкування.	3
2	Тема 1. Філософія іміджелогії	Місце філософського знання в іміджелогії. Предмет філософії іміджелогії. Функції філософії іміджелогії	2
3	Тема 1. Теоретичні основи іміджу	Сутність іміджу. Типологія іміджів. Основні функції іміджу	2
4	Тема 1. Імідж: сутність та структура	Характеристика іміджу як спеціально сконструйованого образу. Значення іміджу. Складові іміджу. Біографія, кар'єра, вік, здоров'я, матеріальний стан, приватне життя, захоплення. Психологічні якості. Індивідуальний та корпоративний імідж.	3
5	Тема 2. Імідж в історичній ретроспективі	Протоіміджеві явища у стародавньому світі. Категорія іміджу у середні віки. Американська, західноєвропейська й вітчизняна традиції іміджування XIX–XX століть.	3
6	Тема 3. Коучинг як глибинний інструментарій іміджмейкерства	Зміст понять „коучинг”, „коучер”. Прийоми коучинга в іміджування персони та корпорації. Аналітичний відео огляд. Моделювання діалогів „Коучер-суб'єкт іміджування”.	3
7	Тема 3.	Цілі іміджмейкінгу. Психологічні	2

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
	Іміджмейкінг	особливості створення іміджу. Об'єкти іміджування	
8	Тема 3. Моделювання іміджу	Управління іміджем. Компоненти іміджевого механізму. Іміджеві психотехніки	2
9	Тема 3. Професія іміджмейкера	Професійний портрет іміджмейкера. Стадії роботи над іміджем клієнта. Проектування іміджу. Параметри оцінювання роботи іміджмейкера	3
10	Тема 3. Корпоративний імідж	Основні елементи корпоративного іміджу. Імідж фірми як найважливіший фактор успіху бізнесу. Функції корпоративного іміджу	2
11	Тема 3. Методи формування реалізації, коригування іміджу організації	Роль фахівців зі зв'язків з громадськістю у житті організації. Внутрішня та зовнішня громадськість компанії. Інструментарій іміджування. Формування внутрішнього та зовнішнього іміджу компанії. Використання тренінгових програм для покращення іміджу організації.	2
12	Тема 3. Інструментарій іміджології	Основні інструменти: позиціонування, маніпулювання, міфологізація. Найпоширеніші прийоми формування іміджу: емоціоналізація, акцентування уваги. Заміна цілей, подавання суперечливих сигналів тощо. Принципи побудови іміджу. Соціально-психологічні закономірності формування та функціонування іміджу	3
13	Тема 4. Імідж і телекомунікації	Теоретичні та історичні передумови іміджевої комунікації. Екранна комунікація	2
14	Тема 4. PR у системі управління підприємством	Внутрішній PR фірми та його значення для формування іміджу організації. Використання імідж-технологій у формуванні культури корпорації	2
15	Тема 4. Імідж-стратегії впливу на масову аудиторію. Психологія сприйняття імідж-формуючої інформації	Психологія натовпу. Огляд теорій. Сучасна соціальна міфотворчість. Практикум „Створи Зірку”. Аналітичне оцінювання роботи груп. Аналітичний відеоогляд.	3
16	Тема 5. Поняття «імідж ворога», цілі й основні схеми його формування	Поняття образу ворога. Використання образу ворога в процесі мотивації до дії. Негативна реклама в сучасному світі.	2
17	Тема 5. Компрокат як	Можливі маніпуляції з іміджем ворога. Імідж ворога в політиці і бізнесі. Аналіз негативних	3

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
	основний інструмент формування негативного іміджу	і позитивних сторін використання образу ворога.	
18	Тема 7. Імідж лідера	Поняття лідерства. Влада та вплив: психологічна основа лідерства. Харизма як основний фактор лідерства	2
19	Тема 8. Фізіогноміка, кінесика і стилістика як іміджеві стратегії	Візуальні виявлення іміджу. Фізіогноміка та її об'єкт. Кінесика як вираз невербальних засобів комунікації. Стилїстика та її складові.	3
20	Тема 8. Технологія спілкування	Сутність спілкування. Стратегія спілкування. Тактика спілкування	2
21	Тема 8. Мова в створенні іміджу	Особливості голосового передавання інформації (артикуляція та модуляція голоса). Комунікаційні ефекти вербального спілкування. Ораторське мистецтво. Спілкування з журналістами. Інтерв'ю. Бесіда. Переговори.	3
22	Тема 9. Анатомія особистісного іміджу	Структура особистісного іміджу. Глибинні характеристики іміджу.	2
23	Тема 9. Вихідні складові особистого іміджу	Імідж як результат обдарованості й високої освіченості. «Я-концепція» або необхідність самопізнання	2
24	Тема 9. Психологічні передумови формування ділового іміджу	Основа публічного образу конкретної людини. Розходження та подібність у діловому іміджі.	2
25	Тема 9. Поведінка та її моделі	Поняття «людська поведінка». Критерії вибору моделі поведінки. Типологія моделей поведінки	2
26	Тема 10. Стиль життя як соціологічна категорія	Стиль життя і культура. Стиль життя у системі соціальної стратифікації. Глобалізація і стиль життя. „Нарцисизм”, „гедонізм”, скептицизм як характеристики стилю життя у постіндустріальному суспільстві.	3
27	Тема 10. Образ (стиль) життя	Поняття та основні критерії образу життя. Матеріальні, соціальні, політичні, духовно-моральні, культурні, природні умови образу життя людини. Ортобіотика. Життєвий оптимізм. Поняття „уклад” життя, рівень життя, якість життя.	2

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
28	Тема 11. Етикет в структурі іміджу в умовах сучасності	Поняття моди та етикету. Сімейний етикет. Етикет поведінки у суспільних місцях	2
29	Тема 11. Інструментарій особистого контактування	Поняття про інструментарій особистого контактування. Психологічна інформація як складова інструментарію особистого контактування. Субординація	2
30	Тема 11. Елегантність манер	Необхідність керування манерами спілкування. Мова руху тіла. Невербальні форми поведінки. Манера носіння одягу	2
31	Тема 12. Імідж як мистецтво	Імідж як феномен художньої комунікації. Образ творчої особистості.	2
32	Тема 12. Складові особистісного іміджу. Гендерні аспекти іміджу	Поняття „Я-концепції”. Складання студентами особистісної „я-концепції”. Різновиди імідж-технологій. Методи самопрезентації. Практикум з самопрезентацій. Відеозйомка.	2
Всього			75

3.2.2. ЗАОЧНА

1) Програма навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин						
	УСЬОГО	л	пр	сем	лаб	сам.в.	
ЗМ 1. Теоретичні та практичні аспекти іміджу та іміджмейкерства							
Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу	10	2				8	
Тема 2. Імідж в історичній ретроспективі	10					10	
Тема 3. Іміджмейкерство та його особливості	10			2		8	
Тема 4. Особливості рекламної діяльності у створенні іміджу	12					12	
Тема 5. Політичний імідж	11					11	
Тема 6. Імідж країни	11	1				10	
ЗМ 2. Персональна іміджологія							
Тема 7. Імідж лідера	10					10	
Тема 8. Персональна іміджологія. Імідж оратора	8					8	
Тема 9. Технології управління особистісним	10					10	

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин						
	УСЬОГО	л	пр	сем	лаб	сам.в.	
іміджем							
Тема 10. Побудова ефективного іміджу	10			2		8	
Тема 11. Мода та етикет у структурі іміджу	10					10	
Тема 12. Особливості створення ділового іміджу	8					8	
РАЗОМ	120	3		4		113	

2) Теми та короткий зміст лекційних занять

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
1	Тема 1. Іміджологія як наука та навчальна дисципліна	Поняття «імідж» та його природа. Поняття «іміджологія» та «іміджмейкерство». Іміджологія: предмет та мета курсу. Характерні особливості ділового іміджу.	2
2	Тема 6. Імідж країни	Складові іміджу країни. Зовнішній та внутрішній імідж країни. Роль ЗМІ у процесі створення іміджу країни. Основні функції іміджу країни. Особливості побудови іміджу України.	1
Всього			3

3) Теми та короткий зміст семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
1	Тема 3. Корпоративний імідж	Структура іміджу організації, внутрішній та зовнішній імідж. Імідж фірми як найважливіший фактор успіху бізнесу. Імідж керівників та персоналу. Особистий імідж бізнесмена і його роль в успішному розвитку бізнесу.	2
2	Тема 10. Стратегії управління особистісним іміджем	Етапи управління особистим іміджем. Техніки створення ефективного імідж-образу.	2
Всього			4

4) Теми та короткий зміст практичних занять

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
1			
2			
Всього			

5) Теми та короткий зміст лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
1			
2			

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
Всього			

б) Теми, що виносяться на самостійне опрацювання, їх короткий зміст

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
1	Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу	Імідж та його природа. Іміджелогія в комплексі наук. Типізація іміджу. Основні функції іміджу. Поліфункціональність іміджу. Імідж як міфологічний архетип. Маніпуляція та міфологізація в іміджмейкерстві. Філософія іміджелогії. Індивідуальний та корпоративний імідж.	8
2	Тема 2. Імідж в історичній ретроспективі	Протоіміджеві явища у Стародавньому світі. Категорія іміджу в Середні віки. Американська, західноєвропейська й вітчизняна традиції іміджування XIX–XX століть.	10
3	Тема 3. Іміджмейкерство та його особливості	Іміджмейкинг. Психологічні аспекти створення образу в іміджмейкерстві. Корпоративна культура та її вплив на розвиток організації. Імідж як міфологічний архетип. Методи формування, реалізації, корегування іміджу організації. Коучинг як глибинний інструментарій іміджмейкерства. Моделювання іміджу. Професія іміджмейкера	8
4	Тема 4. Особливості рекламної діяльності у створенні іміджу	Завдання і функції іміджреклами. Слоган як основна рекламна константа. Організація та планування рекламних кампаній. Імідж і телекомунікації. PR у системі управління підприємством. Імідж-стратегії впливу на масову аудиторію. Психологія сприйняття імідж-формуючої інформації	12
5	Тема 5. Політичний імідж	Поняття політичного іміджу. Класифікація політичного іміджу. Складові іміджу політичного лідера. Поняття «імідж ворога», цілі й основні схеми його формування. Компромат як основний інструмент формування негативного іміджу.	11
6	Тема 6. Імідж країни	Імідж лідера. Складові іміджу країни. Зовнішній імідж країни і внутрішній імідж країни. Роль ЗМІ у процесі створення іміджу країни. Основні функції іміджу країни. Особливості побудови іміджу України.	10
7	Тема 7. Поняття лідерства.	Загальноприйнятті теорії лідерства. Керівництво та лідерство: спільні і відмінні риси. Поняття мажор в сучасному житті	10

№ з/п	Назва теми	Короткий зміст питань теми, що виносяться на вивчення	Кількість годин
8	Тема 8. Персональна іміджологія. Імідж оратора	Специфіка особистого іміджу в політиці, бізнесі та шоу-бізнесі. Структура особистого іміджу та способи його аналізу. Вплив іміджу на кар'єру. Основні вимоги до оратора. Тестування на упевненість у собі. Підбір одягу та аксесуарів оратора. Виголошення промови за усіма правилами ораторського мистецтва. Фізіогноміка, кінесика і стилістика як іміджеві стратегії. Мова в створенні іміджу. Технологія спілкування	8
9	Тема 9. Технології управління особистісним іміджем	Анатомія особистісного іміджу. Структура особистісного іміджу. Глибинні характеристики іміджу. Психологічні передумови формування ділового іміджу. Розходження та подібність у діловому іміджі. Вихідні складові особистого іміджу. Поведінка та її моделі	10
10	Тема 10. Побудова ефективного іміджу	Стратегії управління особистісним іміджем. Техніки створення ефективного імідж-образу. Технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу. Створення індивідуального стилю. Використання символів під час створення іміджу. Стиль життя як соціологічна категорія	8
11	Тема 11. Мода та етикет у структурі іміджу	Поняття моди та етикету. Сімейний етикет. Етикет давньої Греції та давнього Риму. Етикет у феодальному суспільстві. Давньоукраїнські етикетні звичаї. Роль освіти у розвитку моди та етикету у кінці XIX поч. XX ст. Трансформації моди, етикету, комунікативних правил у XX ст. Інструментарій особистого контактування. Елегантність манер	10
12	Тема 12. Особливості створення ділового іміджу	Імідж ділового чоловіка у сучасному світі. Види одягу й взуття для ділового чоловіка. Поєднання кольорів у чоловічому одязі. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду чоловіка. Імідж ділової жінки у сучасному світі. Види одягу і взуття для ділової жінки. Поєднання кольорів у жіночому одязі. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду жінки. Імідж як мистецтво. Складові особистісного іміджу. Гендерні аспекти іміджу.	8
Всього			113

4. Форми та методи викладання, навчання і оцінювання

4.1. Форми та методи викладання, навчання: студентоцентрований, проблемно-орієнтований, професійно-орієнтований, комунікативний, міждисциплінарний підхід до навчання.

Викладання проводиться у вигляді лекцій, семінарів, роботи в малих групах, проведення індивідуальних занять, консультацій з викладачами, самонавчання в системі Moodle.

4.2. Форми та методи поточного контролю: тестування, вибіркоче усне опитування перед початком занять, перевірка домашнього завдання, письмове опитування (розв'язання індивідуальних завдань), письмова контрольна робота.

4.3. Форми та методи підсумкового контролю: диференційований залік

5. Засоби діагностики результатів навчання

- диференційований залік

6. Розподіл балів, які отримують студенти

6.1. Шкала оцінювання з навчальної дисципліни у балах за всі види навчальної діяльності (шкала Коледжу), яка переводиться в оцінку за шкалою ECTS та у чотирибальну національну (державну) шкалу:

Сума балів за шкалою Коледжу	Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		Іспит	Залік
90-100	A (відмінно)	Відмінно	Зараховано
82-89	B (дуже добре)	Добре	
75-81	C (добре)	Задовільно	
65-74	D (задовільно)		
60-64	E (достатньо)		
35-59	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)	Незадовільно	Не зараховано
1-34	F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)		

6.2. Розподіл вагових коефіцієнтів за змістовими модулями оцінювання складових поточного та підсумкового контролю результатів навчальної діяльності студентів з вивчення нормативних і вибіркових дисциплін:

6.2.1. Розподіл вагових коефіцієнтів для заліку (для денної форми навчання):

Залік:

Змістовий модуль №1	Змістовий модуль №2 Рейтингова (підсумкова оцінка за змістовий модуль 2, враховуючи поточне	Рейтингова (підсумкова) оцінка з навчальної
---------------------	---	---

					опитування)							дисципліни (100 балів) або Залік
40 %					60 %							100
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	

6.2.2. Розподіл вагових коефіцієнтів для заліку (для заочної форми навчання):

Залік:

Змістовий модуль											Рейтингова		
МКР					Підсумкова оцінка за змістовий модуль, враховуючи оцінку за захист навчального матеріалу, що вноситься на самостійне вивчення							(підсумкова) оцінка з навчальної дисципліни (100 балів) або Залік	
60 %					40 %							100	
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12		

7. Критерії оцінювання складових поточного контролю навчальної діяльності студента

- 7.1.** Компетенції (знання, уміння та навички), продемонстровані на навчальних заняттях (враховуючи знання з тем, що виносяться на самостійне опрацювання) оцінюються за 100-бальною системою.

Оцінка в балах (за 100-бальною шкалою) за всі види навчальної діяльності	Критерії оцінювання
98-100	Студент має системні, дієві знання, виявляє неординарні творчі здібності у навчальній діяльності; використовує широкий арсенал засобів для обґрунтування та доведення своєї думки; розв'язує складні проблемні завдання; схильний до системно-наукового аналізу та прогнозу явищ; уміє ставити і розв'язувати проблеми, самостійно здобувати і використовувати інформацію; займається науково-дослідною роботою; логічно та творчо викладає матеріал в усній та письмовій формі; розвиває свої здібності й нахили; використовує різноманітні джерела інформації; моделює ситуації в нестандартних умовах.
94-97	Студент володіє узагальненими знаннями з навчальної дисципліни, аргументовано використовує їх у нестандартних ситуаціях; вміє знаходити джерела інформації та аналізувати їх, ставити і розв'язувати проблеми, застосовувати вивчений матеріал для власних аргументованих суджень у практичній діяльності (диспути, круглі столи тощо); спроможний за допомогою викладача підготувати виступ

Оцінка в балах (за 100-бальною шкалою) за всі види навчальної діяльності	Критерії оцінювання
	на студентську наукову конференцію; самостійно вивчити матеріал; визначити програму своєї пізнавальної діяльності; оцінювати різноманітні явища, процеси; займає активну життєву позицію.
90-93	Студент володіє глибокими і міцними знаннями та використовує їх у нестандартних ситуаціях; може визначити тенденції та суперечності різних процесів; робить аргументовані висновки; практично оцінює сучасні тенденції, факти, явища, процеси; самостійно визначає мету власної діяльності; розв'язує творчі завдання; може сприймати іншу позицію як альтернативну; знає суміжні дисципліни; використовує знання, аналізуючи різні явища, процеси.
86-89	Студент вільно володіє вивченим матеріалом, застосовує знання у дещо змінених ситуаціях, вміє аналізувати і систематизувати інформацію, робить аналітичні висновки, використовує загальновідомі докази у власній аргументації; чітко тлумачить поняття, категорії, нормативні документи; формулює закони; може самостійно опрацьовувати матеріал, виконує прості творчі завдання; має сформовані типові навички.
81-85	Знання студента досить повні, він вільно застосовує вивчений матеріал у стандартних ситуаціях; вміє аналізувати, робити висновки; відповідь повна, логічна, обґрунтована, однак з окремими неточностями; вміє самостійно працювати, може підготувати реферат і обґрунтувати його положення.
75-80	Студент правильно і логічно відтворює навчальний матеріал, оперує базовими теоріями і фактами, встановлює причинно-наслідкові зв'язки між ними; вміє наводити приклади на підтвердження певних думок, застосовувати теоретичні знання у стандартних ситуаціях; за допомогою викладача може скласти план реферату, виконати його і правильно оформити; самостійно користуватися додатковими джерелами; правильно використовувати термінологію; скласти таблиці, схеми.
70-74	Студент розуміє основні положення навчального матеріалу, може поверхнево аналізувати події, ситуації, робить певні висновки; відповідь може бути правильною, проте недостатньо осмисленою; самостійно відтворює більшу частину матеріалу; вміє застосовувати знання під час розв'язування розрахункових завдань за алгоритмом, користуватися додатковими джерелами.
65-69	Студент розуміє сутність навчальної дисципліни, може дати визначення понять, категорій (однак з окремими помилками); вміє працювати з підручником, самостійно опрацьовувати частину навчального матеріалу; робить прості розрахунки за алгоритмом, але окремі висновки не логічні, не послідовні.
60-64	Студент володіє початковими знаннями, здатний провести за зразком розрахунки; орієнтується у поняттях, визначеннях; самостійне опрацювання навчального матеріалу викликає значні труднощі.

Оцінка в балах (за 100-бальною шкалою) за всі види навчальної діяльності	Критерії оцінювання
50-59	Студент намагається аналізувати на основі елементарних знань і навичок; виявляє окремі властивості; робить спроби виконання вправ, дій репродуктивного характеру; за допомогою викладача робить прості розрахунки за готовим алгоритмом.
35-49	Студент мало усвідомлює мету навчально-пізнавальної діяльності, робить спробу знайти способи дій, розповісти суть заданого, проте відповідає лише за допомогою викладача на рівні „так” чи „ні”; може самостійно знайти в підручнику відповідь.
1-34	Студент володіє навчальним матеріалом на рівні засвоєння окремих термінів, фактів без зв'язку між ними: відповідає на запитання, які потребують відповіді „так” чи „ні”.

- 7.2.** Оцінювання індивідуального навчально-дослідного завдання здійснюється за 100-бальною системою.
- 7.3.** Оцінювання модульних контрольних робіт здійснюється за 100-бальною системою.
- 7.4.** Оцінювання захист навчального матеріалу, що виноситься на самостійне вивчення для студентів заочної форми навчання здійснюється за 100-бальною системою.
- 7.5.** Оцінювання іспиту здійснюється за 100-бальною системою.

8. Інструменти, обладнання, програмне, методичне забезпечення навчальної дисципліни

1. Навчальна програма з дисципліни.
2. Робоча програма (розглянута та схвалена на засіданнях кафедри)
3. Плани занять, конспекти лекцій
4. Перелік основної та додаткової літератури
5. Інструктивно-методичні матеріали до практичних занять з комплектами завдань
6. Навчально-наочні посібники, технічні засоби навчання тощо
7. Засоби поточного контролю
8. Комплекс контрольних робіт (ККР) для визначення залишкових знань з дисципліни.
9. Електронний підручник
10. Методичні розробки для проведення окремих занять

9. Рекомендовані джерела інформації

9.1. Нормативно-правова база

9.2. Основна література

1. Барна Н. В. Іміджологія: навч. посіб. Київ: ун-т «Україна», 2015. 216 с.
2. Дейвис Ф. Ваш абсолютний імідж. Книга для політиків і бізнесменів, чоловіків і жінок. Москва, 1997. 168 с.
3. Зусін В. Я. Етика і етикет ділового спілкування: навч. посіб. Київ, 2005. 156 с.
4. Іміджологія: навч.-метод. посіб. [авт.-уклад. Л. М. Комарніцька]. Кам'янець-Подільський, 2018. 207 с.
5. Ковальчук А. С. Основи іміджології і ділового спілкування. Ростов на Дону, 2003. 301 с.
6. Палеха Ю. І. Іміджологія: навч. посіб. / За заг. ред. З. І. Тимошенко. Київ, 2005. 105 с.
7. Почепцов Г. Г. Іміджологія: теорія і практика. Київ, 1998. 324 с.
8. Шепель В. М. Іміджологія: секрети особистого впливу. Москва, 1997. 268 с.

9.3. Додаткова література

9. Алексеева А. А., Громова Л. А. Психометрія для менеджерів. Ленінград, 1992. 158 с.
10. Артемов В. Л. Проти клевети і домыслів. Сущність, методи, практика контрпропаганди. Москва, 1987. 89 с.
11. Белановський С. А. Метод фокус-груп. Москва, 1996. 46 с.
12. Блажний Е. А. Паблік рилейшнз. Москва, 1994. 126 с.
13. Барлас Т. В. Популярна психологія. Москва, 1997. 204 с.
14. Бодрийяр Ж. Система речей. Москва, 1995. 238 с.
15. Бороздина Г. В. Психологія ділового спілкування: учеб. посіб. Москва, 1999. 138 с.
16. Браун Л. Імідж – шлях до успіху. Санкт-Петербург, 1996. 38 с.
17. Вебер М. Основні поняття стратифікації Соціологічні дослідження. Москва, 1994. № 5. С. 39-46.
18. Вольф І. Сучасний етикет. Москва, 1997. 24 с.
19. Гарифуллін Р. Енциклопедія блефа. Манипуляційна психологія і психотерапія. Казань, 1995. 68 с.
20. Гріндер Б., Бэндлер Р. Структура магії. Москва, 1995. 71 с.
21. Грін'єв С. Н. Інтелектуальне протидія інформаційній зброї. Москва, 1999. 42 с.
22. Гуревич П. С. Приключення іміджа. Москва, 1991. 105 с.
23. Дерябо С., Левин В. Гроссмейстер спілкування: ілюстрований самоучитель психологічного майстерства. Москва, 1996. 137 с.
24. Джей Э. Ефективна презентація. Мінськ, 1997. 59 с.
25. Доті Д. Пабліситі і паблік рилейшнз. Москва, 1996. 164 с.
26. Дейвис Ф. Ваш абсолютний імідж: книга для політиків і бізнесменів, чоловіків і жінок. Москва, 1997. 75 с.
27. Джеймс Дж. Ефективний саморекламування. Мистецтво створення позитивного образу. Москва, 1998. 83 с.
28. Дубицька В. Телебачення. Мифотехнології в електронних засобах масової інформації. Москва, 1998. 54 с.

29. Демидова И. Ваш гардероб, стиль, имидж. Москва, 1999. 32 с.
30. Джеймс Дж. Эффективный самомаркетинг. Искусство создания положительного образа. Москва, 1998. 44 с.
31. Дорфман Л. Я., Дружинин В. Н., Коростелина К. Стиль человека: психологический анализ. Москва, 1998. 159 с.
32. Доценко Е. Л. Психология манипуляции. Феномены, механизмы, защита. Москва, 1996. 246 с.
33. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение. Санкт-Петербург, 2000. 116 с.
34. Кэррол Э. Психология эмоций. Санкт-Петербург, 2015. 354 с.
35. Луньов О. Формування власного позитивного іміджу. Київ, 2001. 138 с.
36. Мотков О. И. Психология самопознания личности. Москва, 1993. 189 с.
37. Мамардашвили М. Необходимость себя. Москва, 1996. 49 с.
38. Маслоу А. Психология бытия. Москва, 1997. 143 с.
39. Михальская А. К. Основы риторики. Мысль и слово. Москва, 1996. 94 с.
40. Оганян Р. Косметика в подробностях. Москва, 2001. 42 с.
41. Панасюк А. Ю. Вам нужен имиджмейкер? Москва, 1998. 92 с.
42. Парнон П. М. Композиция костюма. Москва, 1998. 48 с.
43. Петрушин В. И. Психология менеджмента: учеб. пособ. для колледжей. Москва, 1996. 156 с.
44. Почепцов Г. Имидж и выборы. Киев, 1997. 51 с.
45. Почепцов Г. Имидж: от фараонов до президентов. Киев, 1999. 246 с.
46. Почепцов Г. Имиджмейкер. Паблик рилейшнз для политиков и бизнесменов. Киев, 1995. 153 с.
47. Соловьев Э. Я. Современный этикет. Деловой протокол. Москва, 2015. 94 с.
48. Сорина (Петрова) Е. А., Сорина (Коробцева) Н. А. Язык одежды. Москва, 2008. 67 с.
49. Спенсер Кэррол. Выбери свой стиль для женщин. Москва, 2014. 112 с.
50. Спиллейн М. Создайте свой имидж. Москва, 1999. 88 с.
51. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. Санкт-Петербург, 2007. 124 с.
52. Честара Дж. Деловой этикет. Паблик рилейшнз. Москва, 1997. 138 с.
53. Чумиков А. Н. Креативные технологии «паблик рилейшнз». Москва, 2013. 154 с.
54. Эйтвин Г., Бриза О. Имидж современного мужчины. Москва, 2015. 56 с.

9.4. Інформаційні ресурси

55. osvita.ua/vnz/reports/gov_reg/18612.
56. [politics.ellib.org.ua/pages-758.htm...](http://politics.ellib.org.ua/pages-758.htm)
57. pidruchniki.ws/12560607/ekonomika/e...
58. knigki.com/student/menedzhment/6812...
59. blogs.lb.ua/yuriy_krykunov/165
60. rada.cherkassy.ua/ua/text.php?s=4&s.603_y..