



# СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## Іміджологія

Галузь знань	06 Журналістика
Шифр та назва спеціальності	061 Журналістика
Назва освітньо-професійної програми	Реклама та зв'язки з громадськістю
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Факультет	Бізнесу та соціальних комунікацій
Кафедра	Міжнародних відносин, соціальних комунікацій та ІТ-права
Статус навчальної дисципліни	ОК 22 ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю»
Форма навчання	Денна

### Викладач

Новак Ольга Миколаївна  
[olganovak2@gmail.com](mailto:olganovak2@gmail.com)



Доцент кафедри міжнародних відносин,  
соціальних комунікацій та ІТ-права,  
к.філол.н.

### Загальна інформація про дисципліну

#### Анотація до дисципліни

Предметом дисципліни «Іміджологія» є сукупність процесів та методів з формування публічного іміджу для отримання успішного та ефективного зворотного зв'язку з масовою аудиторією.

Категорія іміджу є однією з найбільш універсальних і задіяваних як у соціальній, так і в індивідуальній комунікації. Крізь її призму сучасна людина повсюдно сприймає себе та оточуючих, оцінюючи й удосконалюючи власні стратегії взаємодії із соціумом чи його окремими представниками – і в особистісній так і в професійно-діловій сферах, маючи власний соціокультурний вимір.

Імідж має здатність концентровано передавати та формувати враження про його носія, акцентуючи бажані для нього якості й характеристики. Відповідно, категорія іміджу стає всеохопною: іміджем володіють публічні та непублічні особи, дрібні суб'єкти ринку й потужні корпорації, політичні сили, міста й держави тощо.

Завданнями дисципліни є висвітлити теоретико-методологічні засади іміджелогії; визначити місце та роль іміджелогії в системі публічного управління; розглянути закономірності формування і трансформації іміджу, способи корекції та управління іміджем; навчити прийомам і методам психологічного впливу та переконання на людей в процесі формування іміджу; сприяти розумінню студентами теоретичних основ, основних механізмів і методів формування позитивного іміджу; навчити студентів 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; сприяти формуванню навичок аналізу складових корпоративного, професійно-управлінського та особистого іміджу; опанувати технологію створення власного іміджу та іміджу організації.

Курс «Іміджелогія» допоможе студентам ознайомитися з феноменом іміджу, розібратись у сутності, типології, функціональному апараті цього явища. Курс побудований з урахуванням практичних завдань для визначення власного іміджу, а також аналізу сучасних іміджтехнологій, які допомагають у створенні публічного образу людини, фірми, організації.

#### Мета дисципліни

Формування у студентів розуміння ролі 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 теоретичних знаннях та практичних навичках презентації у вербальному та невербальному спілкуванні.

#### Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна

ЗК 01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.  
 ЗК 02. Знання та розуміння предметної галузі та розуміння професійної діяльності.  
 ЗК 05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.  
 ЗК 10. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної галузі, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.  
 СК 2. Здатність формувати інформаційний контент.  
 СК 4. Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність.

#### Результати навчання

ПР 01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань  
 ПР 02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції  
 ПР 05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань  
 ПР10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень

	<p>ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації</p> <p>ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.</p>
<b>Обсяг дисципліни</b>	Загальний обсяг дисципліни: 6 кредитів ЄКТС (180 годин). Для денної форми навчання: лекції – 28 годин, практичні заняття – 32 години, самостійна робота – 120 годин.
<b>Форма підсумкового контролю</b>	залік
<b>Терміни викладання дисципліни</b>	Дисципліна викладається у 5-му семестрі

### Програма дисципліни

<b>Тема 1.</b>	<p><i>Імідж як феномен сучасного світу</i></p> <p>Імідж та його природа. Іміджологія в комплексі наук. Вплив іміджу. Імідж та закони соціальної психології. Типи іміджу. Рейтинг, репутація, престиж, авторитет. Елементи створення іміджу. Функції іміджу. Інструментарій іміджу.</p>
<b>Тема 2.</b>	<p><i>Етапи створення іміджу та технології його формування</i></p> <p>Програма створення іміджу. Практичні стадії створення іміджу. Економічний та соціальний ефект позитивного іміджу. Технологія формування іміджу. Професійні особливості роботи іміджмейкера. Видові спеціалізації іміджмейкера.</p>
<b>Тема 3.</b>	<p><i>Формування корпоративного іміджу</i></p> <p>Корпоративний імідж: суть, основні характеристики. Чинники впливу на створення позитивного корпоративного іміджу. Типи та функції корпоративного іміджу. Етапи формування іміджу компанії. Внутрішній та зовнішній корпоративний імідж. Підходи до управління корпоративним іміджем підприємства. Оцінка корпоративного іміджу.</p>
<b>Тема 4.</b>	<p><i>Організація ділових письмових контактів як елемент іміджології</i></p> <p>Діловий стиль письмового спілкування. Функціональна мета ділового листа. Основні вимоги до ділового листування. Види листів. Мова і тон ділового листування. Особливості підготовки ділових пропозицій. Формати ділових пропозицій. Функції та види візиток. Правила використання візиток.</p>
<b>Тема 5.</b>	<p><i>Організація ділових зустрічей як інструмент формування ділового іміджу</i></p> <p>Ділові зустрічі: мета, функції, протокол підготовки. Порядок ведення ділової зустрічі. Правила поведінки. Стилї та стереотипи поведінки. Ознаки ділової ієрархії. Програма ділової зустрічі: загальна і особиста, офіційна та неофіційна. Етика телефонних розмов. Організація прийому відвідувачів: суть, вимоги до підготовки та проведення, правила поведінки.</p>
<b>Тема 6.</b>	<p><i>Підготовка та проведення ділових переговорів: інструменти, тактика, стратегія, психологічні аспекти</i></p> <p>Суть ділових переговорів. Категорії та стилі переговорів. Інструменти переговорів. Структура та фази переговорів. Вибір тактики під час ділових переговорів. Психологічні аспекти ведення переговорів. Аналіз результатів переговорів.</p>

<b>Тема 7.</b>	<i>Невербальні елементи іміджології</i> Зони спілкування ділової людини. Варіанти розташування за столом ділових зустрічей та переговорів. Основні правила невербаліки. Вимоги до постави. Жести ділової людини та їх трактування. Основні рекомендації щодо підготовки публічної доповіді.
<b>Тема 8.</b>	<i>Гостинність. Ділові ситуації за столом</i> Види ділової гостини. Організація та проведення прийомів з розсаджуванням. Правила виголошення тосту. Організація ділового сніданку, обіду, вечері: час, тривалість, питання для обговорення, вимоги меню. Запрошення на ділову гостину. Коктейль фуршет: суть, основна мета, правила проведення. Ситуації під час гостини, основні правила доброї поведінки за столом.
<b>Тема 9.</b>	<i>Протокол дарування</i> Діловий подарунок: класифікація, вимоги до змісту подарунку, правила протоколу дарування. Ділові дарунки та закон. Невідповідні і недоречні подарунки. Правила ввічливої відмови від подарунка.
<b>Тема 10.</b>	<i>Зовнішній вигляд як запорука успішного ділового іміджу</i> Стили ділового гардеробу. Охайність та консерватизм. Вимоги до зовнішнього вигляду чоловіка та жінки. Важливість ділових аксесуарів. Підбір гардеробу та його кольору до виду ділової зустрічі чи гостини

### Список рекомендованих джерел

#### Рекомендована література:

1. Бондаренко І. С. Іміджологія: Психологія іміджу: Навч.-метод. посібн. Для студ. освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя: ЗНУ, 2014. 122 с
  2. Бондаренко І. С. Іміджологія: Імідж особистості: Навч.-метод. посібн. Для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя: ЗНУ, 2014. 162 с.
  3. Бугрим В. В. Іміджологія/ Іміджмейкінг: навчальний посібник. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. 250 с.
  4. Приходченко ЯВ. Іміджологія: конспект лекцій / Я. В. Приходченко. Донецьк: Донецький національний університет економіки і торгівлі, 2011. 49 с.
  5. Хавкіна Л. М. Іміджологія: навчально-методичний посібник Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 64 с.
- Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент». Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 111 с.
6. <http://www.nbuuv.gov.ua/>
  7. <https://datareportal.com/>

### Загальна схема оцінювання

Сума балів за	Шкала	Оцінка за національною шкалою	№	Бали нараховуються таким чином:
---------------	-------	-------------------------------	---	---------------------------------

всївидинавчальної діяльності	ЄКТС	для іспиту	для заліку	<p><b>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою і становить: за поточну успішність (участь у практичних заняттях, виконання практичних завдань та контрольних робіт) – до 60 балів, за результати екзамену – до 40 балів.</b></p>
90-100	A	Відмінно	зараховано	
82-89	B	Добре		
74-81	C			
64-73	D	Задовільно		
60-63	E			
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Не зараховано з можливістю повторного складання	
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	

### Політика опанування дисципліни

**Відвідування:** Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни. Присутність на практичних заняттях та контрольних заходах (екзамен/залік) є обов'язковою. При проведенні занять в онлайн режимі, присутність здобувача враховується у разі відкритого вікна.

**Дотримання принципів академічної доброчесності:** Підготовка усіх завдань, письмових робіт і т. ін., що виконуються в межах дисципліни, здійснюється здобувачем вищої освіти самостійно, на засадах академічної доброчесності. Викладач має право для перевірки робіт застосовувати програму **Unicheck**.

Навчально-методичні матеріали дисципліни розміщені на платформі Moodle