



Відділення підприємництва та маркетингу
Циклова комісія суспільних дисциплін та
фізичної культури

СИЛАБУС

Базова інформація про дисципліну	
Назва дисципліни	DP068 Іміджеологія / Imagiology
Рівень вищої освіти / фахової передвищої освіти	перший (бакалаврський)
Галузь знань	05 Соціальні та поведінкові науки 07 Управління та адміністрування
Спеціальність	051 Економіка 075 Маркетинг 071 Облік і оподаткування 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Освітня програма	Економіка Маркетинг Облік і оподаткування Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Семестр	5 семестр (11 кл), 1 семестр (за ОКР МС)
Курс	3 курс (11 кл), 1 курс (за ОКР МС)

Анотація курсу	<p>Мета курсу полягає у тому, щоб сформувати у студентів розуміння ролі та значення іміджу та його впливу на формування цілісного уявлення про особливості позитивного та ефективного іміджу організації, що базується на теоретичних знаннях та практичних навичках самопрезентації у вербальному та невербальному спілкуванні.</p> <p>Завдання:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ознайомити студентів з теоретичними основами функціонування образних систем у житті людини, – сформувати навички свідомого використання іміджевих характеристик у різних сферах життєдіяльності, – навчити технікам побудови і управління іміджем, – визначити іміджеві алгоритми лідерства, – надати базові вміння побудови корпоративного іміджу, – спонукати учасників навчання до вироблення складових державного іміджу.
Сторінка курсу в MOODLE	http://78.137.2.119:1919/m72/course/view.php?id=302
Мова викладання	українська
Лектор курсу	<p>Д.політ.н. Васильчук Є.О.</p> <p>Канали комунікації: чат у moodle, zoom, сторінка у FB https://www.facebook.com/profile.php?id=100001694317844</p>
Місце дисципліни в освітній програмі	
Освітня програма	<p><i>Економіка:</i> http://csbc.edu.ua/documents/otdel/oop_e.pdf</p> <p><i>Маркетинг:</i> http://csbc.edu.ua/documents/otdel/oop_m.pdf</p> <p><i>Облік і оподаткування:</i> http://csbc.edu.ua/documents/otdel/oop_o.pdf</p> <p><i>Підприємництво, торгівля та біржова діяльність:</i> http://csbc.edu.ua/documents/otdel/oop_p.pdf</p>
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	<p>Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>Здатність працювати в команді.</p> <p>Здатність працювати автономно.</p> <p>Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.</p>

Перелік спеціальних компетентностей (СК)	Здатність досліджувати тенденції розвитку економіки за допомогою інструментарію макро- та мікроекономічного аналізу, робити узагальнення стосовно оцінки прояву окремих явищ, які властиві сучасним процесам в економіці
Перелік програмних результатів навчання	Знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем.
Опис дисципліни	
Структура навантаження на студента	Загальна кількість годин – 90 Кількість кредитів – 3 Кількість лекційних годин – 22 Кількість практичних занять – 23 Кількість годин для самостійної роботи студентів – 45 Форма підсумкового контролю – залік
Методи навчання	Вербальні (словесні) методи, які включають в себе як подання матеріалу викладачем (лекція, розповідь, пояснення, бесіда), так і роботу студентів з книжкою (підручником, довідковою, науково-популярною і навчальною літературою) та комп'ютерними програмами чи глобальною мережею Інтернет. Наочні методи (демонстраційний експеримент), у яких головну роль відіграє демонстрація викладачем явищ і предметів, а слово набуває скеровуючого значення (ним викладач спрямовує хід спостережень і логіку міркування студентів). Інтерактивні методи навчання: робота у групах; інтерактивні презентації; дискусії; мозкові штурми; рольові ігри; аналіз історій і ситуацій
Зміст дисципліни	
Тема 1. Іміджологія. Основні поняття	Імідж в повсякденній свідомості. Імідж як образ, що існує в свідомості суб'єкта і впливає на сприймання ним дійсності. Структурні елементи іміджу
Тема 2. Типологія іміджу	Дзеркальний імідж. Поточний імідж. Бажаний імідж. Самоімідж. Особистий імідж. Реальний імідж. Корпоративний імідж. Політичний та професійний імідж.
Тема 3. Іміджмейкінг як технологія формування	Іміджмейкінг як особлива практична галузь іміджології. Основні підходи до розуміння поняття — іміджмейкінг. Складові іміджмейкінгу

іміджу та професійна діяльність	
Тема 4. Іміджеві технології	Особистісний імідж. Формування ділового іміджу. Розходження та подібність у діловому іміджі.
Тема 5. Соціально-психологічні передумови формування та функціонування іміджу.	Вербальний імідж. Невербальний імідж. Позиціонування, маніпулювання, міфологізація як основні інструменти впливу на аудиторію. Емоціоналізація, вербалізація, візуалізація як основні прийоми іміджування. Деталізація та метафоризація іміджу у соціальному просторі.
Тема 6. Структура персонального іміджу. Індивідуальний імідж в іміджології та соціальному просторі.	Поняття людина, індивід, індивідуальність, особа, особистість. Особистість як джерело іміджевої інформації. Типології особистості та техніки іміджування. Особистий та публічний імідж: єдність, взаємозв'язок, специфіка.
Тема 7. Побудова ефективного іміджу	Стратегії, техніки, технологія створення ефективного імідж-образу. Створення індивідуального стилю
Тема 8. Діловий імідж	Імідж ділової людини. Імідж чоловіка. Імідж ділової жінки
Тема 9. Імідж лідера	Філософія лідерства. Відмінності менеджера від лідера. Етапи створення персонального бренду керівника.
Тема 10. Створення іміджу організації (корпоративний імідж)	Складові іміджу організації. Загальні ознаки іміджу організації. Провідні напрямки формування корпоративного іміджу: фірмовий стиль, корпоративна культура. Основні параметри іміджу організації.
Тема 11. Корпоративний дрес-код.	Дрес-код як корпоративний імідж компанії. Роль дрес-кода. Етапи втілення. Стил і мода.
Політика дисципліни	
Політика відвідування	Регулярне відвідування всіх видів занять, своєчасність виконання самостійної роботи. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання зорганізується в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
Академічна доброчесність	У випадку недотримання політики академічної доброчесності (плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво) передбачено повторне проходження оцінювання.

Система оцінювання

Поточний контроль здійснюється протягом семестру під час проведення практичних, семінарських та інших видів занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту отримати атестацію з предмету – 60 балів); підсумковий/семестровий контроль, проводиться у формі заліку або іспиту, відповідно до графіку навчального процесу.

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Аудиторна	
Експрес-опитування (5 тем)	25
Практичні завдання (5 тем)	25
Модульна контрольна робота (2 роботи)	20
Індивідуальна робота	
Творче завдання	20
Реферат	10

Шкала оцінювання

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	Бездоганна підготовка в широкому контексті
B	80-89	Повні знання, міцні вміння
C	70-79	Хороші знання та вміння
D	65-69	Задовільні знання, стереотипні вміння
E	60-64	Виконання мінімальних вимог діяльності в стандартних умовах
FX	35-59	Слабкі знання, відсутність умінь
F	1-34	Необхідний повторний курс

Список рекомендованих джерел

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», 2014. – 250 с.
3. Буторіна В.Б. Іміджеологія і PR підприємств туристичної галузі : навчально-методичний посібник / Вероніка Борисівна Буторіна. – Кам'янець-Подільський: ПП «Медобори-2006», 2015. – 112 с.
4. Вербицька Г. Міжнародний імідж України: проблеми та шляхи формування / Г. Вербицька [Електрон# ний ресурс]. – Режим доступу: http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_1/knukim_zbirka_170x265mm_SMYK_part2_print.pdf
5. Гриценко Т. Б., Гриценко С.П., Іщенко Т.Д., Мельничук Т.Ф., Чуприк Н.В., Анохіна Л.П. Етика ділового спілкування: / за редакцією Т.Б. Гриценко, Т.Д. Іщенко, Т.Ф. Мельничук / Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2017 – 344 с.
6. Гук О., Бундз В. Етика та культура ділового спілкування: навчальний посібник / Оксана Гук, Валентина Бундз – Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2019. – 124 с.
7. Зусін В. Я. Етика и етикет ділового спілкування: Навч. посіб.: 2-ге вид., перероб. і доп.– К.: Центр навч. літератури, 2018. – 224 с. 4
8. Іміджологія: Навч.-метод. матеріали до курсу / Харк. держ. акад. культури; Уклад.: Ю. Є. Петрухно. – Х.: ХДАК., 2003. – 23 с.
9. Етика ділових відносин : навчальний посібник / [Лесько О. Й., Прищак М. Д., Залюбівська О. Б. та ін.] – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 309 с.
10. Колосовська І.І. Іміджологія: теоретико-прикладні засади: навчально-методичний посібник / І.І. Колосовська. – Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2018. – 48 с.
11. Королько В. Г. Паблік рілейшнз: наукові основи, методика, практика : підручн. / В. Г. Королько. – К. : Видавн. дім «Скарби», 2001. – 400 с.
12. Мойсеев В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / В. А. Мойсеев. – К. : Академвидав, 2007. – 224 с.
14. Наумік К. Г., Григоренко А. М., Ушкальов В. В. Організація діяльності державного службовця: Навчальний посібник. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2011. – 320 с.
15. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с.
16. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: Навч. посіб. – К.: Кондор, 2007. – 356 с.
17. Погиба Л. Г. Складання ділових паперів. Практикум : навч. посібник / Л. Г. Погиба, Т. О. Грибніченко, М. П. Баган. – К. : Либідь, 2002. – 240 с. 18.