



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов

2016 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПСИХОЛОГІЯ ІМІДЖУ

(шифр і назва навчальної дисципліни)

напрямок підготовки

(шифр і назва напрямку підготовки)

спеціальність

8.03010201 «Психологія»

(шифр і назва спеціальності)

спеціалізація

(назва спеціалізації)

інститут, факультет, відділення

Інститут людини

(назва інституту, факультету, відділення)



2015 – 2016 навчальний рік

Робоча програма «Психологія іміджу» для студентів за спеціальністю 8.03010201 «Психологія».

Розробники:

Цибулько Інна Олександрівна, кандидат психологічних наук, старший викладач кафедри загальної, вікової та педагогічної психології, Васильєв Олексій Олександрович, старший викладач кафедри загальної, вікової та педагогічної психології

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри загальної, вікової та педагогічної психології

Протокол

від «9 грудня» 2015 року № 8

Завідувач кафедри загальної, вікової та педагогічної психології


О.П. Сергєєнкова

Розподіл годин звірено з робочим планом. Структура типова.

Заступник директора Інституту людини


Н. А. Клішевич

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни «Психологія іміджу» є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, який розроблено кафедрою загальної, вікової та педагогічної психології на основі освітньо-професійної програми підготовки студентів другого (магістерського) рівня відповідно до навчального плану для спеціальності «Психологія» денної форми навчання.

Робочу навчальну програму укладено згідно з вимогами Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи. Програма визначає обсяги знань, які повинні опанувати студент другого (магістерського) рівня відповідно до вимог освітньо-професійної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу дисципліни «Психологія іміджу», необхідне методичне забезпечення, складові та технології оцінювання навчальних досягнень студентів.

Мета даного навчального курсу – сприяти опануванню студентами основ психології іміджу; сформувати систему спеціальних знань, умінь та професійних навичок щодо аналізу та формування іміджу на індивідуальному та корпоративному рівнях.

Завдання курсу:

- ознайомити студентів із історією та специфікою розвитку іміджу як соціально-культурного феномену;
- розкрити наукові підходи до вивчення феномену іміджу;
- розширити та систематизувати знання про тенденції та перспективи розвитку психології іміджу в світі;
- розширити та систематизувати знання студентів про поняття «індивідуальність», «особистість», «імідж», «іміджетворення», «імеджмейкери»;
- ознайомити студентів з видами та формами іміджу;
- розкрити ефективні моделі та стратегії формування іміджу на індивідуальному рівні;
- розкрити роль корпоративної філософії у формуванні іміджу компанії;
- оволодіти умінням формувати імідж на індивідуальному та корпоративному рівнях.

Вивчення навчальної дисципліни «Психологія іміджу» спрямоване на формування таких компетентностей у студента:

I. Загальні:

- 1. Світоглядні компетентності:**
 - наявність ціннісно-орієнтаційної позиції;
 - загальнокультурна ерудиція, широке коло інтересів;
 - розуміння сутності і соціальної значущості майбутньої професії;
- 2. Громадянські компетентності:**
 - здатність до реалізації прав і обов'язків громадянина України;
 - уміння діяти з соціальною відповідальністю та громадською свідомістю;
- 3. Комунікативні компетентності:**
 - здатність до міжособистісного спілкування, емоційної стабільності, толерантності;
 - здатність працювати у команді;
 - вільне володіння українською мовою відповідно до норм культури мовлення, основами спілкування іноземними мовами;
- 4. Інформаційні компетентності:**
 - здатність до самостійного пошуку та оброблення інформації з різних джерел для розгляду конкретних питань;

- здатність до ефективного використання інформаційних технологій в соціальній і професійній діяльності;

5. Самоосвітні компетентності:

- здатність до самостійної пізнавальної діяльності, самоорганізації та саморозвитку;
- спрямованість на розкриття особистісного потенціалу та самореалізацію;
- прагнення до особистісно-професійного лідерства та успіху.

II. Фахові компетентності:

1. Організаційні компетентності:

- здатність планувати, організувати, координувати, контролювати та оцінювати діяльність і взаємодію її суб'єктів;

2. Компетентності в індивідуально-психологічній сфері (професійні цінності):

- здатність діяти згідно з принципами психології, пов'язаними з професійною діяльністю психолога;
- усвідомлення педагогічних, психологічних та соціальних наслідків у сфері професійної діяльності.

В результаті вивчення першого модулю «Психологія іміджу: становлення та розвиток» студенти повинні **знати:**

- етапи розвитку психології іміджу;
- наукові підходи до вивчення феномену іміджу;
- тенденції та перспективи розвитку психології іміджу в світі;
- об'єкт, предмет, принципи та задачі психології іміджу;

вміти:

- розрізняти підходи та визначати основний зміст кожного із них;
- будувати моделі розвитку психології іміджу та виділяти їх детермінанти;
- інтегрувати у майбутньому знання з психології іміджу з практичними навичками професії психолога.

В результаті вивчення другого модулю «Соціально-психологічні характеристики суб'єктів іміджу» **знати:**

- сутність поняття іміджу;
- ознаки іміджу в повсякденній свідомості;
- структурні елементи іміджу;
- взаємозв'язок іміджу з «Я-концепцією»;

вміти:

- розрізняти види іміджу;
- визначати сутність предметного іміджу;
- встановлювати спільні та відмінні риси групового та корпоративного іміджу.

В результаті вивчення третього модулю «Психологія іміджу людини» студенти повинні **знати:**

- види та форми іміджу;
- стратегії формування іміджу;

вміти:

- оперувати основними поняттями курсу «психологія іміджу»;
- розрізняти феномен іміджу за видами та формами;
- володіти стратегіями формування іміджу на індивідуальному рівні.

В результаті вивчення четвертого модулю «Груповий та корпоративний імідж» студенти повинні **знати:**

- принципи та технології формування групового та корпоративного іміджу;
- роль корпоративної культури у формуванні іміджу;

вміти:

- застосовувати стратегії іміджетворення під час роботи з групою;
- визначати детермінанти корпоративної репутації;
- розвивати корпоративну філософію на рівні групи.

Загальна кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни «Психологія іміджу», становить 120 год., із них: 16 год. – лекції, 8 год. – семінарські заняття, 8 год. – практичні заняття, 80 год. – самостійна робота, 8 год. – модульний контроль.

На модуль 1. «Психологія іміджу: становлення та розвиток» відводиться 22 год., із них: 4 год. – лекції, 4 год. – семінарські заняття, 12 год. – самостійна робота, 2 год. – модульний контроль.

На модуль 2. «Соціально-психологічні характеристики суб'єктів іміджу» відводиться 30 год., із них: 4 год. – лекції, 4 год. – семінарські заняття, 20 год. – самостійна робота, 2 год. – модульний контроль.

На модуль 3. «Психологія іміджу людини» відводиться 50 год., із них: 4 год. – лекції, 4 год. – практичні заняття, 40 год. – самостійна робота, 2 год. – модульний контроль.

На модуль 4. «Груповий та корпоративний імідж» відводиться 18 год., 4 год. – лекції, 4 год. – практичні заняття, 8 год. – самостійна робота, 2 год. – модульний контроль.

Вивчення студентами навчальної дисципліни «Психологія іміджу» завершується заліком.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-професійний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів – 4	галузь знань 0301 «Соціально-політичні науки»	Нормативна
	спеціальність 8.03010201 «Психологія»	
Модулів – 4		Рік підготовки
Змістовних модулів – 4		5-й; 6-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання – 30		Семестр
Загальна кількість годин – 120		10-й; 11-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 4	Другий (магістерський) рівень	Лекції
		16 год.
		Семінарські
		8 год.
		Практичні
		8 год.
		Самостійна робота
80 год.		
Вид контролю		
залік		

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин						Підсумковий контроль
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семинарських	Самостійна робота	
МОДУЛЬ 1. Психологія іміджу: становлення та розвиток								
Змістовий модуль 1. Історія становлення психології іміджу як науки								
1.	Культурно-історична детермінація феномену іміджу	4	2	2			2	
2.	Наукові підходи до вивчення феномену іміджу	6	2			2	4	
3.	Тенденції та перспективи розвитку психології іміджу в світі	8	4	2		2	4	
4.	Психологія іміджу як наука. Об'єкт, предмет, задачі та принципи.	4	0				2	2
Разом		22	8	4	0	4	12	2
МОДУЛЬ 2. Імідж як об'єкт психології								
Змістовий модуль 2. Соціально-психологічні характеристики суб'єктів іміджу								
5.	Поняття іміджу: сутність та зміст. Іміджмейкери.	7	2	2			5	
6.	Іміджеологія як вид практичної діяльності. Зв'язок з різними напрямками психології	7	2			2	5	
7.	Види іміджу та соціально-психологічна характеристика суб'єктів іміджу	7	2	2			5	
8.	Психологічні фактори (зовнішні та внутрішні) створення іміджу	9	2			2	5	2
Разом		30	8	4	0	4	20	2
МОДУЛЬ 3. Психологія іміджу людини								
Змістовий модуль III. Формування іміджу на індивідуальному рівні								
9.	Створення індивідуального іміджу: особистісний і професійний аспект	5	2	2			3	
10.	Роль та функції іміджу у житті людини (особистісний та професійний рівень)	5	0				5	
11.	Стратегії формування іміджу	6	4	2	2		2	
12.	Створення іміджу сучасного успішного фахівця	4	2		2		30	2
Разом		50	8	4	4	0	10	2
МОДУЛЬ 4. Груповий та корпоративний імідж								
Змістовий модуль VI. Формування групового та корпоративного іміджу								
13.	Методологічні аспекти формування групового та корпоративного іміджу. Поняття про корпоративну культуру.	5	2	2			3	
14.	Корпоративна репутація в системі іміджетворення	5	2		2		3	
15.	Роль корпоративної філософії у формуванні іміджу компанії	8	4	2	2		2	2
Разом		18	8	4	4	0	8	2
Разом за навчальним планом		120	32	16	8	8	80	8

III. ПРОГРАМА

МОДУЛЬ 1. Психологія іміджу: становлення та розвиток ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Історія становлення психології іміджу як науки

Лекція 1. Культурно-історична детермінація феномену іміджу (2 год.)

Філософський, психологічний та педагогічний ретроспективний аналіз історії становлення іміджу як науки. Генезис проблеми формування іміджу. Періоди виникнення, становлення та розвитку іміджу: доісторичний етап, період систематизації, інформаційний період. Риторика та інші атрибути іміджу в різні історичні часи (одяг, прикраси, запах, жести, міміка). Розвиток психології іміджу.

Основні поняття теми: імідж, іміджеологія, іміджмейкінг, риторика, стереотип, соціальна роль

Семінарське заняття 1. Культурно-історичні аспекти іміджу (2 год.)

Лекція 2. Тенденції та перспективи розвитку психології іміджу в світі (2 год.)

Імідж як соціально-комунікативний феномен. Теорія соціальних уявлень С.Московічі. Розвиток психології іміджу в європейському просторі (Англія, Німеччина, Франція та ін.). Аналіз досліджень психології іміджу українськими психологами.

Основні поняття теми: соціальні уявлення, об'єктифікація, натуралізація, імідж території, ядро уявлень, управління іміджем.

Семінарське заняття 2. Основні тенденції розвитку психології іміджу в сучасному світі (2 год.)

МКР 1. (2 год.)

МОДУЛЬ 2. Імідж як об'єкт психології ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. Соціально-психологічні характеристики суб'єктів іміджу

Лекція 3. Поняття іміджу: сутність та зміст. Іміджмейкери. (2 год.)

Поняття іміджу. Імідж в повсякденній свідомості. Структурні елементи іміджу. Імідж в психології сприймання. Імідж у контексті «Я-концепції».

Основні поняття теми: образ, форма сприймання, іміджева динаміка, маркетинг, PR.

Семінарське заняття 3. Психологічні характеристики аудиторії іміджу (2 год.)

Лекція 4. Види іміджу та соціально-психологічна характеристика суб'єктів іміджу (2 год.)

Види іміджу: предметний, груповий, корпоративний та індивідуальний імідж. Особливості індивідуального іміджу. Сутність предметного іміджу. Порівняння групового та корпоративного іміджу. Спільні та відмінні риси.

Основні поняття теми: аудиторія іміджу, масова аудиторія іміджу, персональний імідж, груповий імідж, корпоративний імідж.

Семінарське заняття 4. Особистість прообразу іміджу і її трансформація в процесі створення іміджу (2 год.)

МКР 2. (2 год.)

МОДУЛЬ 3. Психологія іміджу людини

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III. Формування іміджу на індивідуальному рівні

Лекція 5. Створення індивідуального іміджу: особистісний і професійний аспект (2 год.).

Цільова установка створення індивідуального іміджу. Індивідуалізація як вияв особистісного та професійного зростання. Риси, які цінуються на особистісному та професійному рівні. Статеві-вікові та освітньо-професійні фактори у створенні індивідуального іміджу.

Основні поняття теми: мотивація створення іміджу, імідж, орієнтований на самовідчуття, імідж, орієнтований на сприйняття.

Лекція 6. Стратегії формування іміджу. Фактори, що впливають на формування індивідуального іміджу. (2 год.)

Фізичні дані як підґрунтя формування індивідуального іміджу. Врахування особистісних рис. Інтелектуальна та професійна складова формування іміджу. Габаритний імідж: костюм, макіяж, зачіска, краса. Кінетичний імідж: манера триматися і рухатися. Вербальний імідж.

Основні поняття теми: механізм каузальної атрибуції, зорове сприймання, психологічний портрет.

Практичне заняття 1. Стратегії формування іміджу (2 год.)

Практичне заняття 2. Ефективність індивідуального іміджу (2 год.)

МКР 3. (2 год.)

МОДУЛЬ 4. Груповий та корпоративний імідж

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ IV. Формування групового та корпоративного іміджу

Лекція 7. Методологічні аспекти формування групового та корпоративного іміджу: Поняття про корпоративну культуру. (2 год.)

Адекватність, оригінальність та спрямованість групового іміджу. Мета створення корпоративного іміджу. Визначення цільової аудиторії іміджу. Розробка концепції іміджу. Формування, впровадження і закріплення іміджу.

Основні поняття теми: фірмовий стиль, бренд, реклама, брендбук, лендінг.

Лекція 8. Роль корпоративної філософії у формуванні іміджу компанії (2 год.)

Репутація як основний засіб збереження іміджу. Здатність поєднати зовнішні та внутрішні характеристики корпорації, команди. Способи збереження довіри споживачів корпорації. Клієнтоцентричний підхід. Способи втрати репутації та шляхи профілактики.

Основні поняття теми: корпоративна культура, команда, ефективна система управління, корпорація, бізнес-процес, організаційна структура.

Практичне заняття 3. Взаємозв'язок складових елементів корпоративного іміджу (2 год.)

Практичне заняття 4. Оцінка ефективності корпоративного іміджу (2 год.)

МКР 4. (2 год.)

IV. Навчально-методична карта дисципліни «Психологія іміджу» для спеціальності «Психологія»

Разом 120 год., із них: 16 год. – лекції, 8 год. – семінарські заняття, 8 год. – практичні заняття; 80 год. – самостійна робота, 8 год. – модульний контроль.

Загальна кількість балів – 261. Коефіцієнт – 2,61

Модулі	Модуль I. Психологія іміджу: становлення та розвиток		
	Змістовний модуль I. Історія становлення психології іміджу як науки		
	1	2	
Теми лекцій	Культурно-історична детермінація феномену іміджу	Тенденції та перспективи розвитку психології іміджу в світі	
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	
Теми семінарських	Семінар 1 Культурно-історичні аспекти іміджу	Семінар 2 Основні тенденції розвитку психології іміджу в сучасному світі	
Робота на семінарському занятті	11 балів	11 балів	
Самостійна робота	5 балів	5 балів	
Види поточ. контр.	МКР I. (25 балів)		
Максимальна кількість балів за модуль – 59			

Модулі	Модуль II. Імідж як об'єкт психології				
	Змістовий модуль II. Соціально-психологічні характеристики суб'єктів іміджу				
	3	4			
Темп лекцій	Поняття іміджу: сутність та зміст. Іміджмейкери.	Види іміджу та соціально-психологічна характеристика суб'єктів іміджу			
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал			
Темп семінарських та практичних занять	Семінар 3 Психологічні характеристики аудиторії іміджу	Семінар 4 Особистість, прообразу іміджу і її трансформація в процесі створення іміджу.			
Робота на семінарському занятті	22 бали				
Самост. робота	5 балів	5 балів			
Види поточ. контр.	Модульна контрольна робота (25 балів)				
Максимальна кількість балів за модуль – 59					

Модулі	Модуль III. Психологія іміджу людини				
	Змістовий модуль III. Формування іміджу на індивідуальному рівні				
	5	6			
Теми лекцій	Створення індивідуального іміджу: особистісний і професійний аспект	Стратегії формування іміджу. Фактори, що впливають на формування індивідуального іміджу			
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал			
Теми семінарських та практичних занять	Практичне заняття 1 Стратегії формування іміджу	Практичне заняття 2 Ефективність індивідуального іміджу			
Робота на практичному занятті	22 бали				
Самост. робота	5 балів	ІНДЗ - 30 балів			
Види поточ. контр.	Модульна контрольна робота (25 балів)				
Максимальна кількість балів за модуль – 84					

Модулі	Модуль IV. Груповий та корпоративний імідж				
	Змістовий модуль IV. Формування групового та корпоративного іміджу				
	7	8			
Теми лекцій	Методологічні аспекти формування групового та корпоративного іміджу. Поняття про корпоративну культуру.	Роль корпоративної філософії у формуванні іміджу компанії			
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал			
Теми семінарських та практичних занять	Практичне заняття 3 Взаємозв'язок складових елементів корпоративного іміджу	Практичне заняття 4 Оцінка ефективності корпоративного іміджу			
Робота на практичному занятті	22 бали				
Самост. робота	5 балів	5 балів			
Види поточ. контр.	Модульна контрольна робота (25 балів)				
Підсумк. контр.	Залік				
Максимальна кількість балів за модуль –59					

У. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ТА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І.

Історія становлення психології іміджу як науки Семінарське заняття №1.

Тема : Культурно-історичні аспекти іміджу- 2 год.

План заняття:

1. Соціально історичні передумови та причини створення іміджу в різні історичні епохи.
2. Типізація іміджів відповідно до соціальних ролей суб'єктів.
3. Візуально-поведінкові методи створення та підкріплення іміджу.
4. Імідж володаря, як основний об'єкт іміджування і історії людства.
5. Іміджі в новітню добу: соціально-економічні та політичні потреби:
 - 5.1. Іміджування і реклама в сфері підприємницької діяльності
 - 5.2. Іміджування і реклама в сфері політичної діяльності (обслуговування виборчого процесу)

Література:

1. Гуменная И.Г. Имидж фирмы: учеб. пособие / И.Г.Гуменная, Л.Е.Стровский. - Екатеринбург, 1997. - 92с.
2. Гуревич П.С. Приключения имиджа. Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. М., 1991.
3. Почепцов Г.Г. Символы в политической рекламе. - Киев, 1997
4. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. - Київ, 1996
5. Черемушкиникова И.К. Имидж как смысловая реальность культуры: Монография. – Волгоград: Изд-во ВолГМУ, 2010. -300 с.

Семінарське заняття №2.

Тема : Основні тенденції розвитку психології іміджу в сучасному світі- 2 год.

План заняття:

1. Місце психології іміджу в системі психологічного знання та іміджелогії.
2. Основні психологічні аспекти досліджень практики іміджелогії.
3. Місце психолога в основних напрямках іміджелогії.
4. Аналіз публікацій з психології іміджу.
5. Аналіз психологічного змісту публікацій з іміджелогії.

Література:

1. Головнева И. В. Психологические основы создания имиджа организаций и частных лиц: Учеб. пособие для студентов вузов / И. В. Головнева; Нар. укр. акад. [Каф. социальной работы и психологии]. – 2-е изд., доп. и перераб. – Х.: Изд-во НУА, 2007. – 44 с.
2. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: Учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
3. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. - 2-е изд., испр. и доп. - М., 2001. - 698с.
4. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям - М., 2002

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II.
Соціально-психологічні характеристики суб'єктів іміджу
Семинарське заняття №3.

Тема : Психологічні характеристики аудиторії іміджу- 2 год.

План заняття:

1. Гендерні характеристики аудиторії іміджу і можливості їх використання в при іміджування.
2. Вікові характеристики аудиторії, як важливий чинник створення певного іміджу.
3. Врахування індивідуальних властивостей суб'єкта-реципієнта як умова створення адресного іміджу.
4. Національно-релігійні чинники аудиторії іміджу.
5. Соціально-економічний статус аудиторії іміджу.
6. Мотиваційно-ціннісні установки аудиторії та їх врахування при створенні іміджу.

Література:

1. Дейвис Ф. Ваш абсолютный имидж: Кн. для политиков и бизнесменов, мужчин и женщин. - М., 1997. - 320с.
2. Дьячкова Э.К. Имиджология для руководителя. - Новосибирск, 1998. - 84с.
3. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз. - Киев, 1996
4. Хендерсон В., Шеншоу П. Имидж и стиль. Книга для мужчин / Пер. с англ.. — М.: Кладезь-Букс, 2006. — 159 с.: ил.
5. Хендерсон В., Шеншоу П. Цвет и стиль. Книга для женщин / Пер. с англ.. — М.: Кладезь-Букс, 2006. — 189 с.: ил.

Семинарське заняття №4.

Тема : Особистість прообразу іміджу і її трансформація в процесі створення іміджу- 2 год.

План заняття:

1. Потреба як стартовий механізм іміджетворення. Задоволеність собою як індикатор готовності до змін.
2. Діяльність психолога по визначенню цільової установки суб'єкта чи причин психологічного дискомфорту.
3. Усвідомлення мотивів самореалізації та місце іміджу у їх втіленні.
4. Усвідомлення мотивів і мети створення іміджу орієнтованого на зовнішнє сприймання.
5. Аналіз наявних ресурсів суб'єкта як умова конкретизації цільових установок.

Література:

1. Аверченко Л.К. Имидж и личностный рост: учеб. пособие. - Новосибирск, 1999. - 146с.
2. Горчакова В.Г. Прикладная имиджология. Учебное пособие – М. Академический проект – 2007 – 400 с
3. Нефедова И. Я и мой имидж / И.Нефедова, Е.Власова. - М., 1997. - 207с.
4. Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер?: Или о том, как создавать свой имидж. - М., 1998. - 239с.
5. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: Учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2002. – 222 с.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III.
Формування іміджу на індивідуальному рівні
Практичне заняття №1.

Тема: Стратегії формування іміджу- 2 год.

-План заняття:

1. Визначення цільової установки при формуванні чи зміні індивідуального іміджу
2. Аналіз цільової аудиторії – реципієнтів іміджу.
 - 2.1. Соціально-вікові характеристики, що обумовлюють систему групових та індивідуальних цінностей
 - 2.2. Очікування та образ ідеального суб'єкта, що їм відповідає.
3. Аналіз прообразу іміджу з позиції його готовності до змін
 - 3.1. Співставлення реального стану з побажаннями та аналіз їх адекватності і реальності.
 - 3.2. Аналіз особистісних характеристик потенційного носія іміджу (фізичні дані, мотиваційно-вольова сфера, артистизм тощо).
 - 3.3. Аналіз матеріальних та часових ресурсів, що можуть бути використані в процесі іміджмейкінгу.
4. Стратегії формування іміджу: безпосередні (самопрезентації) та опосередковані (рекламні кампанії)
 - 4.1. Розробка кінцевого (еталонного) образу і покрокової стратегії її створення.
 - 4.2. Діяльність по підготовці аудиторії іміджу до бажаного сприйняття носія іміджу (ефект очікування)
 - 4.3. Діяльність по підготовці носія іміджу до створення необхідного враження на аудиторію.
 - 4.4. Підготовка ситуації контакту, для забезпечення максимального ефекту самопрезентації.
 - 4.5. Розробка сценарію контакту, його тренінг та оцінка ефективності.
5. Методики оцінки ефективності сформованого іміджу та визначення шляхів його корекції

Примітка: Завдання виконується студентами індивідуально чи в мікрогрупах. Передбачас розробку конкретної імідж кампанії з врахуванням зазначених пунктів. Представлення результатів здійснюється шляхом презентації зазначеного проекту. Презентація може містити елементи театралізації – ділової гри.

Вибір об'єктів імідж-кампанії здійснюється студентом по погодженню з викладачем

Література:

1. Браун Л. Имидж – путь к успеху. Практическое руководство для мужчин и женщин. — СПб.: Питер, 2001. — 188 с.:
2. Головнева И. В. Психологические основы создания имиджа организаций и частных лиц: Учеб. пособие для студентов вузов / И. В. Головнева; Нар. укр. акад. [Каф. социальной работы и психологии]. – 2-е изд., доп. и перераб. – Х.: Изд-во НУА, 2007. – 44 с.
3. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия. Учебное пособие – М. Академический проект – 2007 – 400 с
4. Криксунова И. Создай свой имидж. - СПб., 1997
5. Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер?: Или о том, как создавать свой имидж. - М., 1998. - 239с.
6. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: Учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.

7. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. – СПб.: Алетейя, 2001. – 256 с.
8. Спиллейн М. Создайте свой имидж. Руководство для женщин. - М., 1996
9. Спиллейн М. Создайте свой имидж. Руководство для мужчин. - М., 1996

Практичне заняття №2.

Тема: Ефективність індивідуального іміджу- 2 год.

План заняття:

1. Визначення критеріїв ефективності відповідно до поставленої мети і спрямованості іміджу.
2. Методики оцінки ефективності сформованого іміджу, спрямованого на покращення психічного стану носія іміджу.
3. Способи оцінки ефективності іміджу, спрямованого на зовнішню аудиторію:
 - 3.1. Оцінка ефективності професійного іміджу та прийомів самопрезентації.
 - 3.2. Оцінка ефективності особистісного іміджу – пред'явлення кращих особистісних рис.
 - 3.3. Оцінка задоволеності суб'єкта здійсненим враженням, природністю власних дій та зворотним зв'язком аудиторії іміджу.
4. Методи поточної корекції недоліків, що виявляються в процесі самопрезентації чи рекламної кампанії.
5. Методи наступної корекції виявлених недоліків та підсилення позитивних компонентів іміджу.

Література:

1. Горчакова В.Г. Имидж: розыгрыш или код доступа? – М.: Эксмо, 2007 – 208 с.
2. Горчакова В.Г. Прикладная имиджология. Учебное пособие – М. Академический проект – 2007 – 400 с–
3. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: Учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ IV.

Формування групового та корпоративного іміджу

Практичне заняття №3.

Тема: Взаємозв'язок складових елементів корпоративного іміджу – 2 год.

План заняття:

1. Визначення структури та ієрархії основних елементів корпоративного іміджу та їх характеристика.
2. Підсилення певних складових елементів корпоративного іміджу в залежності від спрямованості на аудиторію іміджу.
3. Корпоративна культура як умова забезпечення цілісності іміджу та підтвердження репутації.
 - 3.1. Базові ідеї, що конкретизують корпоративну ідею.
 - 3.2. Методи поширення корпоративних ідей і їх пропаганда.
 - 3.3. Корпоративні «табу» та їх обґрунтування.
 - 3.4. Корпоративний кодекс: суть, значення і умови забезпечення дотримання..
 - 3.5. Поняття корпоративного стилю.
4. Зовнішньо-представницькі форми корпоративної культури: доцільність і нормативність.

Література:

1. Гуменная И.Г. Имидж фирмы: учеб. пособие / И.Г.Гуменная, Л.Е.Стровский. - Екатеринбург, 1997. - 92с.
2. Джи Б. Имидж фирмы: Планирование, формирование, продвижение (Теория и практика менеджмента): пер. с англ. - СПб. и др., 2000. - 221с.
3. Ивлева Э.К. Имидж и управление: (Рабочая кн. руководителя). - Новосибирск, 1999. - 115с.
4. Морган Г. Имиджи организации: Восемь моделей организационного развития: пер. с англ. - М.: Вершина, 2006. - 414с. - (Актуальность. Компетентность. Достоверность).
5. Романов А.А. Управленческая имиджология / А.А.Романов, А.А.Ходырев. - Тверь, 1998. - 243с.

Практичне заняття №4.

Тема: Оцінка ефективності корпоративного іміджу - 2 год.

План заняття:

1. Співвідношення корпоративного іміджу і корпоративної репутації.
2. Зовнішня форма, як вияв позитивного корпоративного іміджу.
3. Статус і рівень задоволеності працівників, як складові компоненти позитивного корпоративного іміджу.
4. Критерії задоволеності аудиторії іміджу корпорацією та їх ієрархія:
 - 4.1. Якість послуг по суті.
 - 4.2. Якість персоналу та рівень обслуговування.
 - 4.3. Уважність і турботливість до клієнтів.
 - 4.4. Зовнішні характеристики підприємства.
 - 4.5. Фірмовий стиль.

Література:

1. Гуменная И.Г. Имидж фирмы: учеб. пособие / И.Г.Гуменная, Л.Е.Стровский. - Екатеринбург, 1997. - 92с.
2. Джи Б. Имидж фирмы: Планирование, формирование, продвижение (Теория и практика менеджмента): пер. с англ. - СПб. и др., 2000. - 221с.
3. Ивлева Э.К. Имидж и управление: (Рабочая кн. руководителя). - Новосибирск, 1999. - 115с.
4. Морган Г. Имиджи организации: Восемь моделей организационного развития: пер. с англ. - М.: Вершина, 2006. - 414с. - (Актуальность. Компетентность. Достоверность).
5. Романов А.А. Управленческая имиджология / А.А.Романов, А.А.Ходырев. - Тверь, 1998. - 243с.

VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

МОДУЛЬ I. Психологія іміджу: становлення та розвиток

Самостійна робота № 1 – намалювати карту розвитку психології іміджу (від дня зародження до сьогодення) із зображенням науковців, які зробили внесок у розвиток психології іміджу (бібліографічний показник), періодів та основних здобутків, які стали передумовою розвитку психології іміджу – **5 балів**.

Самостійна робота № 2 – ведення арт-психологічного глосарію (тлумачення основних понять лекцій через зображення, образи) та щоденника самооцінювання (форма додається) – **5 балів**.

МОДУЛЬ II. Імідж як об'єкт психології

Самостійна робота № 3 – кількісний та якісний аналіз психологічних чинників іміджу людини (2 методики – провести та проаналізувати) – **5 балів**.

Самостійна робота № 4 – психологічний аналіз фільму, який розкриває тему дисципліни – **5 балів**.

МОДУЛЬ III. Психологія іміджу людини

Самостійна робота № 5 – підготувати фотоколаж на тему «Види індивідуального іміджу»

Самостійна робота № 6 – створити портфоліо успішного фахівця (30 балів).

МОДУЛЬ IV. Груповий та корпоративний імідж

Самостійна робота № 7 – описати хід роботи та надати інструкцію 3-ох вправ щодо розвитку корпоративної культури – **5 балів**.

Самостійна робота № 8 – написати психологічні рекомендації керівнику відділу або директору фірми (напряма за власним бажанням) щодо покращення роботи колективу та створення позитивного корпоративного іміджу.

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання
Змістовий модуль I. Історія становлення психології іміджу як науки			
Тема: Культурно-історична детермінація феномену іміджу - 5 год.	Семинар, модульний контроль, залік	5	До семінару 1
Тема: Наукові підходи до вивчення феномену іміджу – 7 год.	Семинар, модульний контроль, залік	5	До семінару 2
Змістовий модуль II. Соціально-психологічні характеристики суб'єктів іміджу			
Тема: Поняття іміджу: сутність та зміст. Іміджмейкери. – 10 год.	Семинар, модульний контроль, залік	5	До семінару 3
Тема: Психологічні фактори (зовнішні та внутрішні) створення іміджу- 10 год.	Семинар, модульний контроль, залік	5	До семінару 4
Змістовий модуль III. Формування іміджу на індивідуальному рівні			
Тема: Культурно-історична детермінація феномену іміджу - 10 год.	Семинар, модульний контроль, залік	5	До практ. заняття 1
Тема: Створення іміджу сучасного успішного фахівця – 30 год.	Семинар, модульний контроль, залік	30	До практ. заняття 2
Змістовий модуль IV. Формування групового та корпоративного іміджу			
Тема: Корпоративна репутація в системі іміджетворення – 4 год.	Семинар, модульний контроль, залік	5	До практ. заняття 3
Тема: Роль корпоративної філософії у формуванні іміджу компанії – 4 год.	Семинар, модульний контроль, залік	5	До практ. заняття 4
<i>Разом: 80 год.</i>		<i>Разом: 65 балів</i>	

VII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАТЬ

Навчальні досягнення студента другого (магістерського) рівня з дисципліни «Психологія іміджу» оцінюються за Європейською кредитною трансферно-накопичувальною системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (п. IV), де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та їх обґрунтування подано у табл. 7.1, табл. 7.2.

Таблиця 7.1

**Система оцінювання навчальних досягнень студентів з дисципліни
«Психологія іміджу»**

Вид діяльності	Бал
Модуль 1. Історія становлення психології іміджу як науки	59
Модуль 2. Соціально-психологічні характеристики суб'єктів іміджу	59
Модуль 3. Формування іміджу на індивідуальному рівні	84
Модуль 4. Формування групового та корпоративного іміджу	59
РАЗОМ БАЛІВ	261
РОЗРАХУНОК КОЕФІЦІЄНТУ	2,61

Таблиця 7.1.1

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного та підсумкового контролю

№ п/п	Вид діяльності	Кількість рейтингових балів
1	Відвідування лекцій	8
2	Семінарські заняття	44
3	Практичні заняття	44
3	Самостійна робота	65
3	Модульні контрольні роботи	100
4	Загальна максимальна кількість поточних балів	261
5	Коефіцієнт	2,61
Підсумковий рейтинговий бал		100

У процесі оцінювання навчальних досягнень студента застосовуються такі методи:

- **методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, залік.
- **методи письмового контролю:** модульне письмове тестування; звіт, реферат, есе.
- **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз

Загальні критерії оцінювання навчальних досягнень студентів

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90-100 балів	Відмінно - відмінний рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками
B	82-89 балів	Дуже добре - достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок
C	75-81 балів	Добре - в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
B	69-74 балів	Задовільно - посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
E	60-68 балів	Достатньо - мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FХ	35-59 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання - незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34 балів	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу - досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

Кожний модуль включає бали за поточну роботу здобувача другого (магістерського) рівня на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу.

Реферативні дослідження та есе, які виконує студент за визначеною тематикою, обговорюються та захищаються на семінарських заняттях.

Модульний контроль знань студента другого (магістерського) рівня здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на семінарських й практичних заняттях, під час виконання самостійної залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ своєчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

VIII. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації:

• **Словесні:** лекція із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій (PowerPoint – презентація), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.

• *Наочні*: спостереження, ілюстрація, демонстрація.

• *Практичні*: вправи.

2) **За логікою передачі і сприймання навчальної інформації**: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) **За ступенем самостійності мислення**: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) **За ступенем керування навчальною діяльністю**: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів: з книгою; виконання індивідуальних навчальних проектів.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності: методи стимулювання інтересу до навчання: навчальні дискусії, створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо), ретроспективний метод.

IX. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

1. Опорні конспекти лекцій.
2. Робоча навчальна програма.
3. Презентації теоретичного матеріалу в Power Point.
4. Контрольні завдання для тематичного (модульного) оцінювання навчальних досягнень студентів.

X. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Обов'язкова:

1. Перельгіна Е.Б. Психология имиджа: Учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
2. Ивлева Э.К. Имидж и управление: (Рабочая кн. руководителя). - Новосибирск, 1999. - 115с.
3. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям - М., 2002
4. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. - 2-е изд., испр. и доп. - М., 2001. - 698с.
5. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. – СПб.: Алетейя, 2001. – 256 с.

Додаткова:

6. Аверченко Л.К. Имидж и личностный рост: учеб. пособие. - Новосибирск, 1999. - 146с.
7. Биркенбил В. Язык интонации, мимики, жестов. СПб., 1997
8. Браун Л. Имидж – путь к успеху. Практическое руководство для мужчин и женщин. — СПб.: Питер, 2001. — 188 с.:
9. Головнева И. В. Психологические основы создания имиджа организаций и частных лиц: Учеб. пособие для студентов вузов / И. В. Головнева; Нар. укр. акад. [Каф. социальной работы и психологии]. – 2-е изд., доп. и перераб. – Х.: Изд-во НУА, 2007. – 44 с.
10. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. - М., 1980
11. Горчакова В. Г. Имидж. Искусство и реальность.: – М: Юнити-Дана – 2010 – 280 с.
12. Горчакова В.Г. Имидж: розыгрыш или код доступа? – М.: Эксмо, 2007 – 208 с.
13. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия. Учебное пособие – М. Академический проект – 2007 – 400 с.
14. Гуменная И.Г. Имидж фирмы: учеб. пособие / И.Г.Гуменная, Л.Е.Стровский. - Екатеринбург, 1997. - 92с.
15. Гуревич П.С. Приключения имиджа. Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. М., 1991. — —
16. Дейвис Ф. Ваш абсолютный имидж: Кн. для политиков и бизнесменов, мужчин и женщин. - М., 1997. - 320с.

- Дж. Б. Имидж фирмы: Планирование, формирование, продвижение (Теория и практика менеджмента): пер. с англ. - СПб. и др., 2000. - 221с.
- Чайкова Э.К. Имиджелогия для руководителя. - Новосибирск, 1998. - 84с.
19. Имидж женщины-лидера / Л.Ю.Фалько, Л.В.Матвеева, Т.А.Кравцова, Н.Н.Номоканова. - Иваново, 1998. - 95с.
 20. Криксунова И. Создай свой имидж. - СПб., 1997
 21. Морган Г. Имиджи организации: Восемь моделей организационного развития: пер. с англ. - М.: Вершина, 2006. - 414с. - (Актуальность. Компетентность. Достоверность).
 22. Нефедова И. Я и мой имидж / И.Нефедова, Е.Бласова. - М., 1997. - 207с.
 23. Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер?: Или о том, как создавать свой имидж. - М., 1998. - 239с.
 24. Панасюк А.Ю. Имидж: энцикл. слов. - М.: РИПОЛ классик, 2007. - 767с. - (Библиотека энциклопедических словарей).
 25. Потемкина О.Ф. Способ создания психологического портрета и автопортрета., М.: Наука, 1993.
 26. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз. - Киев, 1996
 27. Почепцов Г.Г. Символы в политической рекламе. - Киев, 1997
 28. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. - Київ, 1996
 29. Романов А.А. Управленческая имиджелогия / А.А.Романов, А.А.Ходырев. - Тверь, 1998. - 243с.
 30. Рюкле Х. Ваше тайное оружие в общении. Мимика, жест, движение. -М., 1996
 31. Сорокина Е.А. Истоки имиджа или одежда женщины в азбуке общения (Одежда плюс психология) / Е.А.Сорокина, И.А.Сорокина. - М., 1999. - 192с.
 32. Спиллейн М. Создайте свой имидж. Руководство для женщин. - М., 1996
 33. Спиллейн М. Создайте свой имидж. Руководство для мужчин. - М., 1996
 34. Суэми В., Фернхем А. Психология красоты и привлекательности / Пер. с англ. под ред. Е. И. Николаевой. — СПб.: Питер, 2009. — 240 с.: ил. — (Серия «Мастера психологии»),
 35. Хендерсон В., Шеншоу П. Имидж и стиль. Книга для мужчин / Пер. с англ.. — М.: Кладезь-Букс, 2006. — 159 с.: ил.
 36. Хендерсон В., Шеншоу П. Цвет и стиль. Книга для женщин / Пер. с англ.. — М.: Кладезь-Букс, 2006. — 189 с.: ил.
 37. Черемушкиникова И.К. Имидж как смысловая реальность культуры: Монография. – Волгоград: Изд-во ВолГМУ, 2010. -300 с.