КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Кафедра загальної, вікової та педагогічної психології

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор з науково-методичної та
навчальної роботи
_____ О.Б. Жильцов
“____” _____ 2016 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Психологія іміджу
(шифр і назва навчальної дисципліни)

напрям підготовки всі напрями підготовки
(шифр і назва напряму підготовки)

спеціальність _____
(шифр і назва спеціальності)

спеціалізація _____
(назва спеціалізації)

інститут, факультет, відділення Інститут людини
(назва інституту, факультету, відділення)

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма № 3214
(підпис) (прізвище, ініціали)
« » 2016 р.

2016 – 2017 навчальний рік

2

Робоча програма Психологія іміджу
для студентів за всіх напрямів підготовки

Розробники: Васильєв Олексій Олександрович, старший викладач кафедри загальної, вікової та педагогічної психології

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

Протокол від “30” серпня 2016 року № 1

Завідувач кафедри загальної, вікової та педагогічної психології

_____ (О.П. Сергєєнкова)

Розподіл годин звірено з робочим планом. Структура типова.

Заступник директора з науково-методичної та навчальної роботи 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 бакалаврів відповідно до навчального плану для спеціальності «Психологія. Практична психологія» денної форми навчання та інших спеціальностей за вибором.

Робочу навчальну програму укладено згідно з вимогами кредитно-модульної системи організації навчання. Програма визначає обсяги знань, які повинен опанувати бакалавр відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу дисципліни «Психологія іміджу», необхідне методичне забезпечення, складові та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

«Психологія іміджу» є складовою частиною дисциплін психологічного циклу варіативного блоку. Її вивчення передбачає розв'язання низки завдань фундаментальної професійної підготовки фахівців вищої кваліфікації, зокрема: опанування системою знань про закономірності процесу функціонування іміджу, як складного соціально-психологічного утворення та усвідомлення принципів створення власного іміджу та аналізу пред’явлених іміджів.

Мета курсу – розкрити за допомогою лекційних та семінарських занять закономірності створення та функціонування іміджу, як складного соціально-психологічного феномену.

Завдання курсу:

- формування уявлення про психічне та психологічне підґрунті іміджу, як активного і дійового суб’єктивного образу;
- розширення світоглядного і професійного горизонту, в результаті ознайомлення з закономірностями та особливостями створення та функціонування іміджів;
- ознайомлення з структурними компонентами, які формують імідж суб’єкта чи об’єкта та їх взаємозв’язком;
- набуття студентами навичок створення та корегування власного іміджу відповідно власних психічних властивостей та поставленої мети;
- набуття студентами навичок аналізу, пояснення і використання в практичній діяльності особливостей прояву іміджу інших суб’єктів.

У процесі вивчення курсу важливо зосередити увагу на ***засвоєнні знань*** із таких питань: психологічні закономірності створення та сприйняття психічних образів, роль соціального середовища у створенні і поширенні уявлень про певний об’єкт, взаємодію суб’єкта з власним іміджем.

Підвищенню ефективності семінарських занять сприятиме передбачене програмою виконання навчально-дослідницьких завдань, зокрема аналітичних досліджень іміджів політичних діячів та діячів культури, пошук та аналіз інформації з питань психології іміджу та іміджелогії.

Під час семінарських та практичних занять, індивідуальної навчально-

дослідницької та самостійної роботи студенти ***набувають уміння та навички:***

1. Аналізувати інформацію, що міститься в підручниках та навчальних посібниках, порівнюючи погляди авторів щодо висвітлення певних фактів.
2. Знаходити наукову літературу по темі, в системі бібліотек та мережі Internet.
3. Робити коректні посилання на джерела інформації (монографії, періодичні видання, ЗМІ, Internet.)
4. Брати участь в наукової дискусії по суті питань, що розглядаються.
5. Систематизувати отриману інформацію у вигляді конспектів та схем, оформлених лабораторних робіт.
6. Представляти отримані результати у вигляді публічних виступів, звітів та презентацій..

Результатом вивчення навчального курсу є **формування наступних компетентностей**

Загальні компетентності

Критичність і самокритичність. Здатність думати науковими термінами, формулювати задачі, збирати дані, аналізувати їх та пропонувати рішення.

Комунікація усна та письмова рідною мовою. Правильно розмовляти та писати різними комунікативними стилями, а саме: неофіційним, офіційним і науковим.

Працювати самостійно, приймати ініціативу та керувати часом. Здатність організовувати комплексні завдання протягом певного періоду часу та подавати результат вчасно.

Міжособистісні навики і командна робота. Здатність працювати в команді, виконуючи різні ролі.

Спеціальні (фахові) компетентності:

Володіння **базовими загальними знаннями** із загальної та соціальної психології.

Застосовування знань на практиці. Використовувати фонову інформацію та інформаційно-пошукові навички для формування послідовної психологічної задачі – об’єктивного аналізу існуючих та створення власних іміджі (особистісних та професійних). Володіти **спеціальними знаннями з** технології створення іміджу - іміджмейкінгу.

Знати **зв'язок між** теоретичними проблемами і актуальними завданнями

Здатність знаходити та використовувати інформацію з різних джерел (електронних, письмових, друкованих, відеоматеріалів та аудіозаписів) згідно з задачею, формуючи цю інформацію критично в обґрунтовану розповідь.

Здатність використовувати відповідну термінологію та способи вираження дисципліни в усній та письмовій формах рідною чи іноземною мовами.

Дана навчальна дисципліна вивчається на 2-му чи 3-му курсі, відповідно до конкретних навчальних планів.

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить **72 год**., із них **16 год.** – лекції, **12 год.** – семінарські заняття, **0 год**. – індивідуальна робота, **40 год**. – самостійна робота, **4 год.** – модульний контроль.

Вивчення бакалаврами навчальної дисципліни "Психологія іміджу" завершується складанням **заліку** у відповідному семестрі.

1. Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-професійний рівень</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма навчання</td><td>Денна форма навчання</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Кількість кредитів 2</td><td>Для всіх напрямків підготовки</td><td colspan="2" rowspan="2">Вибіркова</td></tr>
<tr><td></td></tr>
<tr><td>Модулів – 2</td><td rowspan="5">Спеціальність _____</td><td colspan="2">Рік підготовки</td></tr>
<tr><td>Змістових модулів – 2</td><td>2-й 3-й</td><td></td></tr>
<tr><td>Індивідуальне науково-дослідне завдання</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Загальна кількість годин – 72</td><td>3-й</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції</td></tr>
<tr><td rowspan="11">Тижневих годин для денної форми навчання:
аудиторних – 2
самостійної роботи студента – 2</td><td rowspan="11">Освітньо-професійний рівень:
<u>перший (бакалаврський)</u></td><td>16 год.</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні, семінарські</td></tr>
<tr><td>12 год.</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні</td></tr>
<tr><td>год.</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>40 год.</td><td>год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Семестровий контроль:</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">Вид контролю:</td></tr>
<tr><td>залік.</td><td></td></tr>
</table>

ІІ. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							
		Разом	**Аудиторных**	**Лекції**	**Практичні**	**Семінарські**	**Індивідуальна робот**	**Самостійна робота**	**Модульний контроль**
Змістовий модуль І **Психологічні аспекти іміджу**									
1	Поняття про імідж.	6	2	**2**	--			**4**	
2	Імідж як об’єкт наукового дослідження	8	4	**2**	-	**2**		**4**	
3	Соціально-психологічна природа іміджу	10	4	**2**	**-**	**2**		**4**	**2**
4	Види іміджу та їх соціально-психологічна характеристика	12	6	**2**	**-**	**2**		**8**	
	Разом:	**36**	**16**	**8**	**-**	**6**		**20**	**2**
Змістовий модуль ІІ **Психологія створення іміджу**									
5	Цілепокладання при створенні іміджу	6	2	**2**	-			**4**	
6	Врахування факторів, що впливають на формування індивідуального іміджу	12	6	**2**	**-**	**2**		**8**	
7	Створення корпоративного іміджу	8	4	**2**	**-**	**2**	-	**4**	
8	Підтримка, збереження та покращення іміджу	10	4	**2**	**-**	**2**	-	**4**	**2**
	Разом:	**36**	**16**	**8**	**-**	**6**	**-**	**20**	**2**
	За навчальний курс разом:	**72**	**32**	**16**	**-**	**12**	**-**	**40**	**4**

ІІІ. ПРОГРАМА

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І
ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ІМІДЖУ

Лекція №1. Поняття про імідж (2 год)

Поняття іміджу. Імідж в повсякденній свідомості. Імідж як образ, що існує в свідомості суб'єкта і впливає на сприймання ним дійсності. Структурні елементи іміджу. Імідж в психології сприймання. Імідж в контексті «Я-концепції». Імідж в соціальній психології.

Лекція №2. Психологія іміджу та іміджелогія: науковий та прикладний аспект дослідження іміджу. (2 год)

Психологія іміджу як наукова дисципліна. Символічна природа іміджу. Сімеотика як наука про символи. Іміджелогія як прикладна наукова дисципліна. Професія іміджмейкер. Діяльність іміджмейкера по створенню іміджу клієнта. Розробка ефективних технологій іміджування. Іміджування в сфері політики, шоу-бізнесу та виробничо-торгівельній діяльності.

Лекція №3. Соціально-психологічна природа іміджу (2 год)

Імідж в системі індивідуальної поведінки та соціального впливу. Створення іміджу як засобу подолання когнітивного дисонансу. Категоризація і сприймання іміджу..

Лекція №4. Види іміджу: предметний, груповий, корпоративний та індивідуальний. (2 год)

Особливості індивідуального іміджу. Індивідуальний імідж орієнтований на самовідчуття. Індивідуальний імідж, розрахований на сприймання оточуючими. Предметний імідж. Груповий імідж. Стереотипи. Корпоративний імідж.

Семінарське заняття №1. Імідж як об'єкт психології (2 год)

Семінарське заняття №2. Соціально-психологічна природа іміджу (2 год)

Семінарське заняття №3. Основні види іміджів та їх соціально-психологічна характеристика (2 год)

Змістовий модуль II
ПСИХОЛОГІЯ СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ

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 в особистості та професіоналі. Статево-віковий та освітньо-професійний фактори у створенні індивідуального іміджу.

Лекція №6. 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.

Середовищний імідж: середовище в якому існує суб'єкт та речі які його оточують. Статусний та індивідуальний характер речей.

Габітарний імідж: костюм, макіяж, зачіска, прикраси.

Кінетичний імідж, як манера триматися і рухатися.

Вербальний імідж.

Лекція №7. Принципи і етапи і засоби створення корпоративного іміджу. (2 год)

Адекватність, оригінальність та спрямованість іміджу. Мета створення корпоративного іміджу.

Визначення цільової аудиторії іміджу. Розробка концепції іміджу. Формування, впровадження і закріплення іміджу.

Основні засоби формування іміджу: фірмовий стиль, візуальні засоби, вербальні засоби, рекламні заходи, PR-засоби, представництво в мережі INTERNET

Лекція №8. Засоби і методи підтримки та покращення іміджу. (2 год)

Репутація, як основний засіб збереження іміджу. Здатність поєднувати якісні і зовнішні характеристики предмету, корпорації, та спеціаліста.

Способи втрати довіри споживачів корпорацією та професіоналом.

Способи збереження іміджу професіоналом. Збереження особистісного здоров'я, як засіб досягнення адекватності.

Семінарське заняття №4. Психологічне підґрунтя створення іміджу: врахування особистісних властивостей та факторів впливу (2 год)

Семінарське заняття №5. Психологічні основи збереження та поліпшення позитивного іміджу (2 год)

Семінарське заняття №6. Психологічне підґрунтя створення і збереження позитивного корпоративного іміджу (2 год)

IV. Навчально-методична карта дисципліни « Психологія іміджу», всі напрями підготовки III курс

Разом: 72 год., лекції – 16 год., семінарські заняття – 12 год., практичні заняття – 0 год., індивідуальна робота – 4 год., самостійна робота – 36 год. модульний контроль – 2 год., залік**. Коефіцієнт 1,64**

Модулі	Змістовий модуль I	Змістовий модуль II
Назва модуля	ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ІМІДЖУ	ПСИХОЛОГІЯ СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ
Кількість балів за модуль	67 бали	97 бали
Теми лекцій	№1. Поняття про імідж №2. Психологія іміджу та іміджелогія: науковий та прикладний аспект дослідження іміджу №3 Соціально-психологічна природа іміджу №4 Види іміджу: предметний, груповий, корпоративний та індивідуальний іміджі (4)	№5. Створення індивідуального іміджу: особистісний і професійний аспект №6 Фактори, що впливають на формування індивідуального іміджу №7 Принципи і етапи і засоби створення корпоративного іміджу №8 Засоби і методи підтримки та покращення іміджу (4)
Теми семінарських занять	№1. Імідж як об’єкт психології №2. Соціально-психологічна природа іміджу № 3. Основні види іміджів та їх соціально-психологічна характеристика (33)	№4. Психологічне підґрунтя створення іміджу: врахування особистісних властивостей та факторів впливу. №5. Психологічні основи збереження та поліпшення позитивного іміджу №6 Психологічне підґрунтя створення і збереження позитивного корпоративного іміджу (33)
Самостійна робота	Опрацьовування літератури по темі (5)	Опрацьовування літератури по темі (5)
ІНДЗ	Виконання дослідницької роботи , (30)	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25)	Модульна контрольна робота 2 (25)
Підсумковий контроль	залік	

V. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ І ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль 1. Психологічні аспекти іміджу

Семінар 1.
Тема: Імідж як об'єкт психології
2 год.

План заняття

І. Теоретична частина:Понятійно-категоріальний апарат теми.

1. Поняття іміджу: суть, зміст, форми прояву.
2. Поняття психології іміджу: мета, об'єкт та методи дослідження.
3. Зв'язок психології іміджу з іншими галузями та напрямками психології
4. Іміджелогія як прикладна наукова дисципліна: мета, об'єкт та методи дослідження.
5. Іміджелогія як вид практичної діяльності: мета, об'єкт та методи діяльності.
6. Професія іміджмейкер: суть діяльності, вимоги до спеціаліста.

ІІ. Виконання творчих завдань.

1. Знайдіть в словниках, підручниках, спеціальних дослідженнях визначення поняття» «імідж», «іміджелогія», «іміджмейкер», «психологія іміджу». Дозволяється використання мережі Internet при коректному посиланні на джерело інформації (сайт, назва, авторство статті)
2. Порівняйте визначення та виділіть суттєві (подібні) ознаки та відмінності

Література:

- Аверченко Л.К. Имидж и личностный рост: учеб. пособие. - Новосибирск, 1999. - 146с.
- Нефедова И. Я и мой имидж / И.Нефедова, Е.Власова. - М., 1997. - 207с.
- Панасюк А.Ю. Имидж: энцикл. слов. - М.: РИПОЛ классик, 2007. - 767с. - (Библиотека энциклопедических словарей).
- Перелыгина Е.Б. Психология имиджа: Учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
- Почепцов Г.Г. Имиджелогия. - 2-е изд., испр. и доп. - М., 2001. - 698с.
- Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. – СПб.: Алетейя, 2001. – 256 с.
- Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям - М., 2002
- Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. - М., 1997. - 168с

Семінар 2.
Тема: Соціально-психологічна природа іміджу – 2 год.

План заняття

І. Теоретична частина:Понятійно-категоріальний апарат теми.

1. Символічна природа іміджу: особливості впливу символів на свідомість і підсвідомість.
2. Категоризація, як засіб сприйняття іміджу.
3. Індивідуальний імідж, орієнтований на самосприйняття, як засіб подолання психологічного дискомфорту
4. Індивідуальний імідж, орієнтований на зовнішнє сприйняття, як засіб забезпечення успішності суб'єкта .

Семінар 3.

Тема: Основні види іміджів та їх соціально-психологічна характеристика

2 год.

План заняття

І. Теоретична частина:Понятійно-категоріальний апарат теми.

1.Особливості іміджу політика, підприємця, бізнесмена, викладача, вчителя.
2. Груповий імідж: суть, особливості створення та функціонування.
3. Предметний імідж: суть, особливості створення позитивного іміджу предмета.
4. Корпоративний імідж: суть, особливості створення та збереження

ІІ. Виконання творчих завдань.

1. Знайдіть в приклади ефективних та неефективних індивідуальних та групових іміджів. Дозволяється використання мережі Internet при коректному посиланні на джерело інформації (сайт, назва, авторство статті)
2. Порівняйте визначення та виділіть суттєві (подібні) ознаки та відмінності

Література:

- Аверченко Л.К. Имидж и личностный рост: учеб. пособие. - Новосибирск, 1999. - 146с.
- Нефедова И. Я и мой имидж / И.Нефедова, Е.Власова. - М., 1997. - 207с.
- Панасюк А.Ю. Имидж: энцикл. слов. - М.: РИПОЛ классик, 2007. - 767с. - (Библиотека энциклопедических словарей).
- Перелыгина Е.Б. Психология имиджа: Учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
- Почепцов Г.Г. Имиджелогия. - 2-е изд., испр. и доп. - М., 2001. - 698с.
- Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. – СПб.: Алетейя, 2001. – 256 с.
- Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям - М., 2002
- Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. - М., 1997. - 168с
- Гарет М. Имиджи организации: восемь моделей организационного развития – М.: Вершина, 2006. – 416 с.
- Бухаркова О.В. Горшкова Е.Г. Имидж лидера: технология создания и продвижения. Тренинговая программа. – СПб.: Речь, 2007. – 222 с.

Змістовий модуль II
Психологія створення іміджу

Семінар 4

Тема: Психологічне підґрунтя створення іміджу: врахування особистісних властивостей та факторів впливу.

2 год.

План заняття

I. Теоретична частина: Понятійно-категоріальний апарат теми.

1. Поняття іміджування, як основного виду діяльності іміджмейкера. .
2. План створення іміджу: визначення мети та цільових установок клієнта, аналіз адекватності вимог та реальності втілення .
3. Врахування анатомічних та психофізіологічних характеристик об'єкту при створенні відповідного іміджу.
4. Створення зовнішнього іміджу відповідно до цільової установки:
   - 4.1. Одяг, як знаково-інформативна система. Значення і призначення стилю одягу.
   - 4.2. Психологічний зміст кольорів одягу та правила їх поєднання.
   - 4.3. Аксесуари: їх види та призначення.
   - 4.4. Зачіска, як знакова система
   - 4.5. Парфумерія як один із засобів створення іміджу.

Семінар 5

Тема:. Психологічні основи збереження та поліпшення позитивного іміджу

2 год

План заняття

I. Теоретична частина:Понятійно-категоріальний апарат теми.

1 .Вживання в образ: діяльнісні особистісні характеристики носія іміджу:
   - 1.1. Манера триматися як індикатор адекватності іміджу.
   - 1.2. Постава, пантоміміка та міміка, як діяльні сні компоненти іміджу.
   - 1.3. Особливості мови і мовлення: культура мовлення та груповий і професійний сленг.
   - 1.4. Ефективність професійної діяльності, як засіб формування і збереження іміджу.
2. Опосередковані методи створення іміджу суб'єкта.
3. Збереження іміджу:
   - 3.1. Фактори, що сприяють збереженню позитивного іміджу.
   - 3.2. Фактори, що сприяють руйнуванню позитивного іміджу.

ІІ. Виконання творчих завдань.

1. Знайдіть в приклади ефективних та неефективних індивідуальних іміджі політиків та зірок шоу-бізнесу. Дозволяється використання мережі Internet при коректному посиланні на джерело інформації (сайт, назва, авторство статті)

Література:

- Аверченко Л.К. Имидж и личностный рост: учеб. пособие. - Новосибирск, 1999. - 146с.
- Нефедова И. Я и мой имидж / И.Нефедова, Е.Власова. - М., 1997. - 207с.
- Панасюк А.Ю. Имидж: энцикл. слов. - М.: РИПОЛ классик, 2007. - 767с. - (Библиотека энциклопедических словарей).
- Перелыгина Е.Б. Психология имиджа: Учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
- Почепцов Г.Г. Имиджелогия. - 2-е изд., испр. и доп. - М., 2001. - 698с.
- Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. – СПб.: Алетейя, 2001. – 256 с.
- Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям - М., 2002
- Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. - М., 1997. - 168с
- Гарет М. Имиджи организации: восемь моделей организационного развития – М.: Вершина, 2006. – 416 с.
- Бухаркова О.В. Горшкова Е.Г. Имидж лидера: технология создания и продвижения. Тренинговая программа. – СПб.: Речь, 2007. – 222 с.

Семінар 6.

Тема: Психологічне підґрунтя технології створення корпоративного іміджу

2 год.

План заняття

І. Теоретична частина:Понятійно-категоріальний апарат теми.

1. Поняття корпоративного іміджу.

2. План створення корпоративного іміджу: визначення мети та цільових установок фірми (організації), аналіз адекватності вимог та реальності втілення .

3. Врахування репутації та інших характеристик об’єкту при створенні відповідного іміджу.

4. Визначення цільової аудиторії – реципієнтів іміджу.

5. Створення зовнішнього іміджу відповідно до цільової установки:

5.1. Продукція (послуги) як основна характеристика іміджу.

5.2. Зовнішні фактори, що впливають на імідж: престижність місце розташування, дизайн та функціональність приміщення.

5.3. Зовнішні аксесуари (символіка фірми): їх види та призначення.

5.4. Корпоративний стиль, як знакова система.

5.5. Реклама і використання засобів масової інформації у створенні іміджу.

6.Робота по підтримці і збереженню іміджу:

6.1. Ставлення до фірми її працівників: корпоративна етика та корпоративна поведінка.

6.2. Запобігання факторам, що здатні зруйнувати імідж та їх класифікація .

6.3. Заходи по відновленню іміджу, якому завдана шкода .

II. Виконання творчих завдань.

1. Знайдіть в приклади ефективних та неефективних корпоративних іміджі фірм та організацій.

2. Дозволяється використання мережі Internet при коректному посиланні на джерело інформації (сайт, назва, авторство статті)

Література:

- Панасюк А.Ю. Имидж: энцикл. слов. - М.: РИПОЛ классик, 2007. - 767с. - (Библиотека энциклопедических словарей).
- Перелыгина Е.Б. Психология имиджа: Учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
- Почепцов Г.Г. Имиджелогия. - 2-е изд., испр. и доп. - М., 2001. - 698с.
- Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. – СПб.: Алетейя, 2001. – 256 с.
- Гарет М. Имиджи организации: восемь моделей организационного развития – М.: Вершина, 2006. – 416 с.

VI. САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

Самостійна робота студентів передбачає

І. Підготовку до семінарських занять:

- ✓ Пошук джерел інформації по темі практичного заняття в друкованому вигляді (монографії, науково-популярні видання, наукові та популярні статті) – в бібліотеках та в електронному вигляді – в мережі INTERNET та на електронних носіях (CD, DVD).
- ✓ Розширення кола використовуваних джерел: використання науково популярних фільмів, телепередач, аудіо записів, художніх фільмів – з обов'язковим записом на електронні носії та анотуванням щодо змісту і можливостей використання.
- ✓ Складання конспектів (з дотриманням правил конспектування та чіткими посиланнями на літературу), структурних схем по темі семінарського заняття.

ІІ. Опрацювання тих питань теми, що не висвітлювалися в лекціях та не опрацьовувалися на семінарських заняттях.

- ✓ у формі детального конспекту першоджерела чи реферативного повідомлення, що містить аналіз ступеня висвітлення певного питання в підручниках та наукових дослідженнях.

ІІІ. Оформлення відповідей що розкривають зміст лекційних та семінарських занять у випадку їх пропуску студентом.

VII. ІНДИВІДУАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНА РОБОТА
(навчальний проект)

Індивідуальне навчально-дослідне завдання — це різновид позааудиторної самостійної роботи студента навчального та навчально-дослідного характеру, яке використовується в процесі вивчення програмного матеріалу курсу „Психологія іміджу".

Мета ІНДЗ — самостійне вивчення частини програмного матеріалу, систематизація, поглиблення, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань студентів з навчальної дисципліни та розвиток навичок самостійної роботи.

Зміст ІНДЗ — це завершена теоретична або практична робота в межах навчальної програми дисципліни „Психологія іміджу", яка виконується на основі знань, умінь і навичок, отриманих в процесі лекційних і семінарських занять.

Види ІНДЗ. Робоча програма курсу „Психологія іміджу" передбачає обов'язкове виконання ІНДЗ двох видів: теоретичного і практичного.

Теоретичне ІНДЗ передбачає вільний вибір однієї з загальних запропонованих теоретичних тем дисципліни для поглибленого її вивчення.

Практичне ІНДЗ передбачає аналіз практичної ситуації.

Вимоги до оформлення та написання ІНДЗ.

Оформлення ІНДЗ. Роботу потрібно виконати на окремих аркушах, які необхідно скріпити. На титульному аркуші слід вказати прізвище, ім'я та по-батькові студента, курс, групу, спеціальність. Текст навчально-дослідної роботи повинен бути чітким, розбірливим, з пронумерованими сторінками, планом роботи.

Після викладених питань студент вказує перелік використаної ним літератури в алфавітному порядку, відповідно до встановлених вимог написання списку літератури.

Основні результати роботи можуть бути представлені у вигляді навчальної презентації, яка ілюструє основні тези роботи.

Навчально-дослідна робота передбачає відповіді на теоретичне питання та практичне завдання.

Теоретичне питання передбачає логічне викладення студентом основних положень, детальний аналіз точок зору різних авторів щодо конкретного питання, формулювання власних висновків та узагальнень. Відповідно розкриття теоретичного питання потребує використання основної навчальної та додаткової літератури, аналізу періодичних видань. Виклад теоретичного питання за обсягом має становити 8-10 сторінок.

Виконання практичного завдання передбачає вміння студента використовувати теоретичні знання з психології іміджу в практичній діяльності. Аналізуючи виконання практичної частини роботи, оцінюватиметься вміння студента творчо мислити, орієнтуватися в складних ситуаціях соціальної дійсності, усвідомлення психологічної сутності психічних явищ.

В кінці роботи ставиться дата та підпис виконавця.

Теоретична і практична ІНДЗ зброшуровані в один звіт.

Орієнтовна структура ІНДЗ – теоретична частина науково-психологічного дослідження повинна містити: вступ, основну частину, висновки, додатки (якщо вони є), список використаних джерел. Практична частина розкривається в довільній формі після викладу теоретичної.

Оцінювання ІНДЗ.

Виконання теоретичної частини ІНДЗ оцінюється до 10 балів, практичної – до 20.

Критерії оцінювання та шкалу оцінювання подано відповідно у табл. 7.1 і 7.2.

Таблиця 7.1

Критерії оцінювання ІНДЗ

(теоретична частина дослідження)

№	Критерії оцінювання роботи	Максимальна

з/п		кількість балів за кожним критерієм
1.	Обґрунтування актуальності, формулювання мети, завдань та визначення методів дослідження	1 бали
2.	Складання плану дослідження	1 бал
3.	Критичний аналіз суті та змісту першоджерел. Виклад фактів, ідей, результатів досліджень в логічній послідовності. Аналіз сучасного стану дослідження проблеми, розгляд тенденцій подальшого розвитку даного питання.	3 балів
4.	Дотримання правил реферуванням наукових публікацій	1 бали
5.	Доказовість висновків, обґрунтованість власної позиції, пропозиції щодо розв'язання проблеми, визначення перспектив дослідження	3 бали
6.	Дотримання вимог щодо технічного оформлення структурних елементів роботи (титульний аркуш, план, вступ, основна частина, висновки, додатки (якщо вони є), список використаних джерел)	1 бали
	Разом	**10 балів**

практична частина дослідження:

18-20 б. – завдання виконано у повному обсязі, без помилок;

14-17 б. – завдання виконано у повному обсязі , але упущені окремі деталі;

8-13 б.– відповіді на запитання даються не в повному обсязі, мають місце помилки;

0-7 б. – на запитання студента дає неправильні відповіді.

Таблиця 7.2

Шкала оцінювання ІНДЗ

Рівень виконання	Кількість балів, що відповідає рівню	Оцінка за традиційною системою
Високий	28-30	Відмінно
Достатній	22-27	Добре
Середній	16-21	Задовільно
Низький	0-15	Незадовільно

Якщо при перевірці в ІНДЗ не виявлено суттєвих фахових помилок, оформлення її відповідає вимогам кафедри, то така робота може бути прийнята без захисту з оцінкою „відмінно". У всіх інших випадках ІНДЗ захищається автором з виставленням відповідної оцінки в межах до 30 балів.

ВІДМІННО, що відповідає 28-30 балам, ставиться: при виконанні ІНДЗ у повному обсязі, теоретична та практична частини не мають помилок; відповіді на запитання вичерпні й аргументовані; оформлення відповідає вимогам кафедри.

ДОБРЕ, що відповідає 22-27 балам, ставиться якщо: ІНДЗ виконано в повному обсязі і вона не має помилок, які потребують її переробки; відповіді на запитання даються по суті, але не в деталях.

ЗАДОВІЛЬНО, що відповідає 16-21 балам, ставиться, якщо ІНДЗ виконана не в повному обсязі; мають місце помилки; оформлення не відповідає вимогам; відповіді на запитання даються не в повному обсязі.

НЕЗАДОВІЛЬНО, що відповідає 0-15 балам, виставляється якщо: ІНДЗ виконана не в повному обсязі; мають місце суттєві помилки, які тягнуть за собою переробку; оформлення не відповідає вимогам; на запитання студента дає неправильні відповіді.

Оцінка з ІНДЗ є обов'язковим балом, який враховується при підсумковому оцінюванні навчальних досягнень студентів з навчальної дисципліни «Психологія іміджу».

Студент може набрати максимальну кількість балів за ІНДЗ – 30 балів.

Перелік завдань до ІНДЗ

1. Імідж політичного діяча (за власним вибором).
2. Імідж «зірки» шоу-бізнесу (за власним вибором) .
3. Імідж корпорації (за власним вибором).
4. Імідж професії (за власним вибором).
5. Власний імідж, як імідж особистості та професіонала.

Перелік практичних питань до ІНДЗ

1. Дослідити особливості іміджу суб'єкта порівняно з іншими досліджуваними.
2. Визначити ступінь ефективності іміджу відповідно до проаналізованої мети його створення.
3. Сформулювати рекомендації щодо покращення проаналізованого іміджу

VIII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення бакалаврів із дисципліни «Психологія іміджу» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип пооопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (п. IV), де зазначено види й терміни контролю. Кожний модуль включає бали за поточну роботу бакалавра на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу. Реферативні дослідження та есе, які виконує бакалавр за визначеною тематикою, обговорюються та захищаються на семінарських заняттях.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в режимі комп'ютерної діагностики або з використанням роздрукованих завдань. Модульний контроль знань бакалаврів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 8.1, табл. 8.2., табл. 8.3. та табл. 8,4.

Таблиця 8.1

Розподіл балів, що присвоюються бакалаврам за різні види навчальної роботи

Види навчальної роботи студентів	**Кількість балів за одиницю**	**Кількість одиниць до розрахунку**	
Відвідування лекції	**1**	**8**	**8**
Відвідування сем. та практичних занять	**1**	**6**	**6**
Відповідь на семінарському занятті	**10**	**6**	**60**
ІНДЗ	**30**	**1**	**30**
Виконання домашнього завдання	**5**	**2**	**10**
Модульна контрольна робота	**25**	**2**	**50**
			164

Відповідно до попередньої таблиці у табл. 8.2 представлено розподіл балів, що присвоюються студентам упродовж вивчення дисципліни «Психологія іміджу».

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи 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.

Таблиця 8.2

Розподіл балів, що присвоюються студентам упродовж вивчення дисципліни «Психологія іміджу».

Види діяльності	Максимальна кількість балів
Робота на семінарських заняттях (Змістовий модуль 1)	33

Робота на семінарських заняттях (Змістовий модуль 2)	33
Робота на лекційних заняттях (Змістовий модуль 1)	4
Робота на лекційних заняттях (Змістовий модуль 2)	4
Індивідуальна навчально-дослідницька робота	30
Модульні контрольні роботи (2)	50
Самостійна робота	10
разом	164

Індекс перерахунку – 1,64/100=1,64

Всі інші бали, що обрав студент вираховуються так: набрана студентом кількість балів ділиться на 1,64.

Таблиця 8.3

Розрахунок максимальної кількості рейтингових балів за видами поточного та підсумкового контролю

№ п/п	Вид діяльності	Максимальна кількість рейтингових балів
1.	Робота на семінарських заняттях (Змістовий модуль 1)	20,12
2.	Робота на семінарських заняттях (Змістовий модуль 2)	20,12
3.	Робота на лекційних заняттях (Змістовий модуль 1)	2,44
4	Робота на лекційних заняттях (Змістовий модуль 2)	2,44
5	Модульні контрольні роботи (1, 2)	30,49
6	Самостійна робота	6,10
7.	Індивідуальна навчально-дослідницька робота	18,29
Підсумковий рейтинговий бал		**100**

У процесі оцінювання навчальних досягнень бакалаврів застосовуються такі методи:

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

Таблиця 8.4

Порядок переведення рейтингових показників успішності у

європейські оцінки ECTS

Підсумкова кількість балів (max – 100)	Оцінка за 4-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS
1 – 34	**«незадовільно»** (з обов'язковим повторним курсом)	**F**
35 – 59	**«незадовільно»** (з можливістю повторного складання)	**FX**
60 – 74	**«задовільно»**	**ED**
75 – 89	**«добре»**	**CB**
90 – 100	**«відмінно»**	**A**

Загальні критерії оцінювання успішності студентів, які отримали за 4-бальною шкалою оцінки «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно», подано у табл. 8.5.

Загальні критерії оцінювання успішності студентів, які отримали за 4-бальною шкалою оцінки «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно», подано у табл. 8.5.

Таблиця 8.5

Загальні критерії оцінювання навчальних досягнень магістрантів

Оцінка	Критерії оцінювання
«відмінно»	ставиться за повні та міцні знання матеріалу в заданому обсязі, вміння вільно виконувати практичні завдання, передбачені навчальною програмою; за знання основної та додаткової літератури; за вияв креативності у розумінні і творчому використанні набутих знань та умінь.
«добре»	ставиться за вияв студентом повних, систематичних знань із дисципліни, успішне виконання практичних завдань, засвоєння основної та додаткової літератури, здатність до самостійного поповнення та оновлення знань. Але у відповіді студента наявні незначні помилки.
«задовільно»	ставиться за вияв знання основного навчального матеріалу в обсязі, достатньому для подальшого навчання і майбутньої фахової діяльності, поверхову обізнаність з основною і додатковою літературою, передбаченою навчальною програмою; можливі суттєві помилки у виконанні практичних завдань, але студент спроможний усунути їх із допомогою викладача.
«незадовільно»	виставляється студентові, відповідь якого під час відтворення основного програмового матеріалу поверхова, фрагментарна, що зумовлюється початковими уявленнями про предмет вивчення. Таким чином, оцінка «незадовільно» ставиться студентові, який неспроможний до навчання чи виконання фахової діяльності після закінчення ВНЗ без повторного навчання за програмою відповідної дисципліни.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу бакалавра на

семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в режимі комп'ютерної діагностики або з використанням роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань бакалаврів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи 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.

IX. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- ✓ опорні конспекти лекцій;
- ✓ навчальні посібники;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ збірка тестових і контрольних завдань для тематичного (модульного) оцінювання навчальних досягнень студентів;
- ✓ засоби підсумкового контролю (комплект друкованих завдань для підсумкового контролю);

X. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Обов'язкова:

1. Перелыгина 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:

1. Аверченко Л.К. Имидж и личностный рост: учеб. пособие. - Новосибирск, 1999. - 146с.
2. Биркенбил В. Язык интонации, мимики, жестов. СПб., 1997
3. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. - М., 1980
4. Гуменная И.Г. Имидж фирмы: учеб. пособие / И.Г.Гуменная, Л.Е.Стровский. - Екатеринбург, 1997. - 92с.
5. Гуревич П.С. Приключения имиджа. Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. М., 1991.
6. Дейвис Ф. Ваш абсолютный имидж: Кн. для политиков и бизнесменов, мужчин и женщин. - М., 1997. - 320с.
7. Джи Б. Имидж фирмы: Планирование, формирование, продвижение (Теория и практика менеджмента): пер. с англ. - СПб. и др., 2000. - 221с.
8. Дьячкова Э.К. Имиджелогия для руководителя. - Новосибирск, 1998. - 84с.
9. Имидж женщины-лидера / Л.Ю.Фалько, Л.В.Матвеева, Т.А.Кравцова, Н.Н.Номоканова. - Иваново, 1998. - 95с.
10. Криксунова И. Создай свой имидж. - СПб., 1997
11. Морган Г. Имиджи организации: Восемь моделей организационного развития: пер. с англ. - М.: Вершина, 2006. - 414с. - (Актуальность. Компетентность. Достоверность).
12. Нефедова И. Я и мой имидж / И.Нефедова, Е.Власова. - М., 1997. - 207с.
13. Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер?: Или о том, как создавать свой имидж. - М., 1998. - 239с.
14. Панасюк А.Ю. Имидж: энцикл. слов. - М.: РИПОЛ классик, 2007. - 767с. - (Библиотека энциклопедических словарей).
15. Потемкина О.Ф. Способ создания психологического портрета и автопортрета., М.: Наука, 1993.
16. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз. - Киев, 1996

17. Почепцов Г.Г. Символы в политической рекламе. - Киев, 1997
18. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. - Київ, 1996
19. Романов А.А. Грамматика деловых бесед. - Тверь, 1995
20. Романов А.А. Управленческая имиджелогия / А.А.Романов, А.А.Ходырев. - Тверь, 1998. - 243с.
21. Рюкле Х. Ваше тайное оружие в общении. Мимика, жест, движение. - М., 1996
22. Сорина Е.А. Истоки имиджа или одежда женщины в азбуке общения (Одежда плюс психология) / Е.А.Сорина, Н.А.Сорина. - М., 1999. - 192с.
23. Спиллейн М. Создайте свой имидж. Руководство для женщин. - М., 1996
24. Спиллейн М. Создайте свой имидж. Руководство для мужчин. - М., 1996