

Київський університет імені Бориса Грінченка
Факультет психології, соціальної роботи та спеціальної освіти
Кафедра психології особистості та соціальних практик



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-методичної та
навчальної роботи

(Олексій ЖИЛЬЦОВ)

« 05 » 09 2022 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІМІДЖЕЛОГІЯ

для студентів

спеціальності 053 Психологія

освітнього рівня першого (бакалаврського)

освітньої програми 053.00.03 Психологія бізнесу та управління

спеціалізації



Київ – 2022

Розробники:

Цюман Тетяна Петрівна, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри психології особистості та соціальних практик

Викладачі:

Цюман Тетяна Петрівна, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри психології особистості та соціальних практик

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри психології особистості та соціальних практик

Протокол від 29 . 08 . 2022 р. № 9

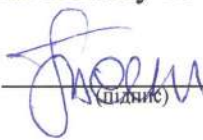
Завідувач кафедри _____ (Оксана СЕРГЄЄНKOBA)


(підпис)

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми (керівником освітньої програми 053.00.03 Психологія бізнесу та управління)

29 . 08 . 2022 р.

Керівник освітньої програми _____ (Валерій ПОЛЩУК)


(підпис)

Робочу програму перевірено

01 . 09 . 2022 р.

Заступник декана _____ (Роман ПАВЛЮК)


(підпис)

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол №__

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол №__

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол №__

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол №__

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів / годин	4/120	
Курс	3	
Семестр	6	
Кількість змістових модулів з розподілом:	4	
Обсяг кредитів	4	
Обсяг годин, в тому числі:	120	
Аудиторні	56	
Модульний контроль	8	
Семестровий контроль	-	
Самостійна робота	56	
Форма семестрового контролю	залік	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни - забезпечити формування професійної компетентності студентів у сфері іміджотворення через систему спеціальних знань, умінь та професійних навичок у галузі індивідуального та корпоративного іміджу

Завдання курсу:

- ознайомити зі специфікою, можливостями та особливостями іміджології як науки, мистецтва та практики;
- надати знання з теорії та практики сучасних психологічних підходів до формування персонального, групового, корпоративного та предметного іміджу;
- сформувати вміння застосовувати техніки формування іміджу.

3. Результати навчання за дисципліною

Відповідно до Освітньо-професійної програми 053.00.03 Психологія бізнесу та управління за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти зі спеціальності 053 Психологія, дисципліна «Іміджологія» забезпечує формування таких загальних та фахових компетентностей:

ЗК1. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК2. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК3. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК6. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК7. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 8. Навички міжособистісної взаємодії

ЗК 9 Здатність працювати в команді.

ЗК 10 Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК11. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

СК1. Здатність оперувати категоріально-понятійним апаратом психології.

СК2. Здатність до ретроспективного аналізу вітчизняного та зарубіжного досвіду розуміння природи виникнення, функціонування та розвитку психічних явищ.

СК3. Здатність до розуміння природи поведінки, діяльності та вчинків.

СК4. Здатність самостійно збирати та критично опрацьовувати, аналізувати та узагальнювати психологічну інформацію з різних джерел.

СК7. Здатність аналізувати та систематизувати одержані результати, формулювати аргументовані висновки та рекомендації.

СК9. Здатність здійснювати просвітницьку та психопрофілактичну відповідно до запиту.

СК11. Здатність дотримуватися норм професійної етики.

СК12. Здатність до особистісного та професійного самовдосконалення, навчання та саморозвитку.

СК13. Здатність здійснювати психологічний супровід професійної діяльності персоналу та застосовувати процедури оцінки діяльності персоналу та організації.

СК14. Здатність здійснювати відбір, підготовку, адаптацію, мотивацію та розвиток персоналу.

СК15. Здатність формувати та підтримувати психологічний мікроклімат в колективі, розвивати корпоративну культуру.

Відповідно до Освітньо-професійної програми 053.00.03 Психологія бізнесу та управління за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти зі спеціальності 053 Психологія, дисципліна «Іміджелогія» забезпечує оволодіння такими **програмними результатами навчання:**

ПР1. Аналізувати та пояснювати психічні явища, ідентифікувати психологічні проблеми та пропонувати шляхи їх розв'язання.

ПР2. Розуміти закономірності та особливості розвитку і функціонування психічних явищ в контексті професійних завдань.

ПР3. Здійснювати пошук інформації з різних джерел, у т.ч. з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, для вирішення професійних завдань.

ПР5. Обирати та застосовувати валідний і надійний психодіагностичний інструментарій (тести, опитувальники, проєктивні методики тощо) психологічного дослідження та технології психологічної допомоги.

ПР9. Пропонувати власні способи вирішення психологічних задач і проблем у процесі професійної діяльності, приймати та аргументувати власні рішення щодо їх розв'язання.

ПР10. Формулювати думку логічно, доступно, дискутувати, обстоювати власну позицію, модифікувати висловлювання відповідно до культуральних особливостей співрозмовника.

ПР12. Складати та реалізовувати програму психопрофілактичних та просвітницьких дій, заходів психологічної допомоги у формі лекцій, бесід, круглих столів, ігор, тренінгів, тощо, відповідно до вимог замовника.

ПР13. Взаємодіяти, вступати у комунікацію, бути зрозумілим, толерантно ставитися до осіб, що мають інші культуральні чи гендерно-вікові відмінності.

ПР14. Ефективно виконувати різні ролі у команді у процесі вирішення фахових завдань, у тому числі демонструвати лідерські якості.

ПР15. Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, навчання та саморозвитку.

ПР16. Знати, розуміти та дотримуватися етичних принципів професійної діяльності психолога.

ПР17. Демонструвати соціально відповідальну та свідому поведінку, слідувати гуманістичним та демократичним цінностям у професійній та громадській діяльності.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план

Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторна:					Самостійна
		Лекції	Практичні	Семінари	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль 1.							
Соціально-психологічна природа іміджу							
Тема 1. Іміджелогія: наука, мистецтво, практика	2	2					
Тема 2. Іміджмейкінг в системі формування іміджу	2	2					
Тема 3. Іміджелогія в системі наук	2			2			
Тема 4. Іміджмейкерство та його особливості	2			2			
Тема 5. Практикум з соціально-психологічного аналізу іміджу в інформаційному суспільстві	18		4				14
Тема 6. Практикум з іміджмейкінгу	2		2				
Модульний контроль	2						
Разом	30	4	6	4			14
Змістовий модуль 2.							
Іміджування як акт соціальної реальності							
Тема 1. Соціально-психологічні передумови іміджування	4	4					
Тема 2. Технології іміджування	4			4			
Тема 3. Практикум з іміджування	20		6				14
Модульний контроль	2						
Разом	30	4	6	4			14
Змістовий модуль 3.							
Персональна іміджелогія							
Тема 1. Стратегія та тактика формування персонального іміджу	2	2					
Тема 2. Зовнішній та вербальний імідж особистості	2	2					
Тема 3. Психологічні особливості формування персонального іміджу	18			4			14
Тема 4. Практикум з зовнішнього та вербального іміджу особистості	6		6				
Модульний контроль	2						
Разом	30	4	6	4			14

Змістовий модуль 4.							
Групова, корпоративна та предметна іміджологія							
Тема 1. Управління іміджем в організації	4	4					
Тема 2. Моделювання іміджу організації	4			4			
Тема 4. Практикум з іміджевих психотехнік	20		6				14
Модульний контроль	2						
Разом	30	4	6	4			14
Усього	120	16	24	16			56

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1.

Соціально-психологічна природа іміджу

Лекція 1. Іміджологія: наука, мистецтво, практика (2 год.)

Імідж як історична та структурна константа комунікаційного простору суспільства. Імідж як знакова система. Семіотичні моделі візуальної комунікації. Основні наукові підходи до визначення поняття імідж. Функціональність іміджу. Типологія іміджів та проблема їх класифікації. Образ, маска, стереотип, репутація, статус, престиж у структурі іміджу.

Основні поняття теми: імідж, образ, стереотип, репутація, статус, престиж.

Семінарське заняття 1. Іміджологія в системі наук (2 год.).

Практичне заняття 1-2. Практикум з соціально-психологічного аналізу іміджу в інформаційному суспільстві (4 год.)

Лекція 2. Іміджмейкінг в системі формування іміджу (2 год.)

Іміджмейкінг як особлива практична галузь іміджології та комунікаційна технологія. Цілі та завдання іміджмейкінгу. Психологічні аспекти створення образу в іміджмейкерстві. Основні принципи роботи з іміджотворюючими якостями. Діяльність іміджмейкера та психологія сприйняття образу. Типологія соціальної перцепції.

Основні поняття теми: іміджмейкінг, іміджологія, соціальна перцепція, образ.

Семінарське заняття 2. Іміджмейкерство та його особливості (2 год.)

Практичне заняття 3. Практикум з іміджмейкінгу (2 год.)

Змістовий модуль 2.

Іміджування як акт соціальної реальності

Лекція 3-4. Соціально-психологічні передумови іміджування (4 год.)

Комунікативні аспекти іміджування. Соціально-психологічний та комунікативний інструментарій іміджування та його вплив на аудиторію. Іміджування – технологія корекційно-виховного впливу. Базова модель технології іміджування. Я-концепція та її місце у технології іміджування.

Основні поняття теми: Я-концепція, іміджування, технології іміджування.

Семінарське заняття 3-4. Технології іміджування (4 год.).

Практичне заняття 4-6. Практикум з іміджування (6 год.)

Змістовий модуль 3.

Персональна іміджелогія.

Лекція 5. Стратегія та тактика формування персонального іміджу (2 год.)

Індивідуальний імідж в іміджелогії та соціально-комунікаційному просторі. Особистість як джерело іміджевої інформації. Типології особистості та техніки іміджування. Структура індивідуального (персонального) іміджу та його динамічна модель. Імідж як продукт соціалізації людини. Етапи формування іміджу особистості

Основні поняття теми: індивідуальний імідж, особистість, імідж, соціалізація особистості.

Лекція 6. Зовнішній та вербальний імідж особистості (2 год.)

Складові зовнішності людини. Біологічні та соціальні ознаки особистості як першоджерела формування іміджу та стилю. Габітарний компонент персонального іміджу: фізичний образ людини (тілесність, врода), кінесика, костюм. Конституція (тілобудова) людини як особливий персональний матеріал іміджмейкінгу. Міміка людини. Значення погляду та посмішки у створенні іміджу людини. Вербальний імідж у особистості. Етикет спілкування персони.

Основні поняття теми: імідж, стиль, фізичний образ, вербальний імідж, персона.

Семінарське заняття 5-6. Психологічні особливості формування персонального іміджу (4 год.).

Практичне заняття 7-9. Практикум з зовнішнього та вербального іміджу особистості (6 год.)

Змістовий модуль 4.

Групова, корпоративна та предметна іміджелогія

Лекція 7-8. Управління іміджем в організації (4 год.)

Структура іміджу організації, внутрішній та зовнішній імідж. Імідж фірми як найважливіший фактор успіху бізнесу. Імідж керівників та персоналу. Особистий імідж бізнесмена і його роль в успішному розвитку бізнесу. Основні елементи корпоративного іміджу. Імідж фірми як найважливіший фактор успіху бізнесу. Функції корпоративного іміджу. Формування внутрішнього та зовнішнього іміджу компанії.

Основні поняття теми: корпоративний імідж, імідж організації, імідж кампанії.

Семінарське заняття 7-8. Моделювання іміджу організації (4 год.).

Практичне заняття 10-12. Практикум з іміджевих психотехнік (6 год.)

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	о н а ч	Модуль 1	Модуль 2	Модуль 3	Модуль 4
-------------------------	---------	----------	----------	----------	----------

		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	2	2	2	2	2	2
Відвідування семінарських занять	1	2	2	2	2	2	2	2	2
Робота на семінарському занятті	10	2	20	2	20	2	20	2	20
Відвідування практичних занять	1	3	3	3	3	3	3	3	3
Робота на практичному занятті	10	3	30	3	30	3	30	3	30
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5	1	5	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом			87		87		87		87
Максимальна кількість балів: 348									
Розрахунок коефіцієнта: $348: 100 = 3,48$									

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання.

Змістовий модуль 1.

Соціально-психологічна природа іміджу

Тема 5. Практикум з соціально-психологічного аналізу іміджу в інформаційному суспільстві – 14 год.

Визначити та проаналізувати один із прикладів успішного іміджу особистості (на вибір) – 5 балів.

Змістовий модуль 2.

Іміджування як акт соціальної реальності

Тема 3. Практикум з іміджування – 14 год.

Проаналізувати мовний етикет сучасного політика, громадського діяча, блогера, викладача, ровесника (-ці) (та ін.) – 5 балів.

Змістовий модуль 3.

Персональна іміджелогія

Тема 3. Психологічні особливості формування персонального іміджу – 14 год.

Створити власну типологію іміджування особистості – 5 балів.

Змістовий модуль 4.

Групова, корпоративна та предметна іміджелогія

Тема 4. Практикум з іміджевих психотехнік – 14 год.

Визначити та проаналізувати найбільш популярні психотехніки, які використовуються при формуванні іміджу – 5 балів.

Карта самостійної роботи студента

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання
Змістовий модуль 1. Соціально-психологічна природа іміджу			
Тема 5. Практикум з соціально-психологічного аналізу іміджу в інформаційному суспільстві – 14 год.	Практичне заняття	5	До практичного заняття 1-2
Змістовий модуль 2. Іміджування як акт соціальної реальності			
Тема 3. Практикум з іміджування – 14 год.	Практичне заняття	5	До практичного заняття 4-6
Змістовий модуль 3. Персональна іміджелогія			
Тема 3. Психологічні особливості формування персонального іміджу- 14 год.	Практичне заняття	5	До практичного заняття 7-9
Змістовий модуль 4. Групова, корпоративна та предметна іміджелогія			
Тема 4. Практикум з іміджевих психотехнік – 14 год.	Практичне заняття	5	До практичного заняття 10-12

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.
Модульні контрольні роботи виконуються у формі тестування.

Таблиця 6.3.1

Зміст і критерії оцінювання модульних контрольних робіт

Змістовий блок і його призначення	Форма	Максимальна кількість балів
Визначення якості володіння базовими поняттями	тести	25

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.

Семестровий контроль проводиться у вигляді заліку.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю.

Не передбачено навчальним планом

6.6. Шкала відповідності оцінок

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
А	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
D	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)
FX	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

7. Навчально-методична картка дисципліни «Іміджологія» для студентів спеціальності 053 Психологія

Разом: 120 год., лекції – 16 год., семінарські заняття – 16 год., практичні заняття – 24 год., модульний контроль – 8 год., самостійна робота – 56 год

Модулі	Змістовий модуль 1		Змістовий модуль 2	Змістовий модуль 3		Змістовий модуль 4
Назва модулю	Соціально-психологічна природа іміджу		Іміджування як акт соціальної реальності	Персональна іміджологія		Групова, корпоративна та предметна іміджологія
К-сть балів за модуль	87 балів		87 бали	87 балів		87 балів
Теми лекцій	Іміджологія: наука, мистецтво, практика	Іміджмейкінг в системі формування іміджу	Соціально-психологічні передумови іміджування	Стратегія та тактика формування персонального іміджу	Зовнішній та вербальний імідж особистості	Управління іміджем в організації
Кількість балів	2 бали		2 бали	2 бали		2 бали
Теми семінарських занять	Іміджологія в системі наук	Іміджмейкерство та його особливості	Технології іміджування	Психологічні особливості формування персонального іміджу		Моделювання іміджу організації
Кількість балів	22 бали		22 бали	22 бали		22 бали
Теми практичних занять	Практикум з соціально-психологічного аналізу іміджу в інформаційному суспільстві	Практикум з іміджмейкінгу	Практикум з іміджування	Практикум з зовнішнього та вербального іміджу особистості		Практикум з іміджевих психотехнік
Кількість балів	33 бали		33 бали	33 бали		33 бали
Самостійна робота	Визначити та проаналізувати один із прикладів успішного іміджу особистості (на вибір)		Проаналізувати мовний етикет сучасного політика, громадського діяча, блогера, викладача, ровесника (-ці) (та ін.)	Проаналізувати мовний етикет сучасного політика, громадського діяча, блогера, викладача, ровесника (-ці) (та ін.)		Визначити та Проаналізувати найбільш популярні психотехніки, які використовуються при формуванні іміджу
Кількість балів	5 балів		5 балів	5 балів		5 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота – 25 балів		Модульна контрольна робота – 25 балів	Модульна контрольна робота – 25 балів		Модульна контрольна робота – 25 балів
Рейтингові бали	Загальна кількість балів – 348 Розрахунок коефіцієнта: 348: 100 = 3,48					

8. Рекомендовані джерела

Основна література:

1. Барна Н. В. Естетика іміджмейкінгу: монографія [Текст] / Н. В. Барна, С. І. Уланова; М-во освіти і науки, молоді та спорту України. – К. : Слово, 2012. – 176 с.

2. Барна Н. Імідж як міфологічний архетип: філософсько-естетичний аналіз [Електронний ресурс] / Н. Барна. – Режим доступу: <https://scholar.google.com/scholar?q=Імідж%20як%20міфологічний%20архетип:%20філософсько-естетичний%20аналіз>

3. Барна Н. В. Іміджологія: навчальний посібник / Н. В. Барна. – К. : Вид-во ун-ту “Україна”, 2017. – 217 с.

4. Білик Т.М. Концептуальний простір поняття імідж у психологічній літературі [Електронний ресурс] / Т. М. Білик. – Режим доступу: <http://ekhsuir.kspu.edu/xmlui/bitstream/handle/123456789/2027/Концептуальний%20простір%20поняття%20іміджу%20у%20психологічній%20літературі.pdf?sequence=1>.

5. Бондаренко І. С. Іміджологія: Імідж особистості [Текст]: навчально-методичний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напрямку підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». – Запоріжжя: ЗНУ, 2014. – 162 с.

6. Бондаренко І. С. Іміджологія: Психологія іміджу [Текст]: навчально-методичний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напрямку підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». – Запоріжжя: ЗНУ, 2014. – 122 с.

7. Бугрим В. Комунікативно-технологічні матриці побудови ефективного іміджу [Електронний ресурс] / В. Бугрим. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1970>.

Додаткова література:

1. Дзенник С. В. Інструменти маркетингових комунікацій у політичних паблік рилейшнз під час іміджмейкінгу у період виборів та міжними [Електронний ресурс] / С. В. Дзенник. – Режим доступу: <http://www.kyumu.edu.ua/wsc/toms/09/104-108.pdf>.

2. Дуднева Ю. Е., Кір'ян О. І. Імідж керівника як управлінська та соціально-психологічна категорія [Текст] / Ю.Е. Дуднева, О.І. Кір'ян // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність виробництва Харків : НТУ «ХПІ». – 2012. – № 15. – 177 с. – С. 83-89.