

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

(повне найменування закладу вищої освіти)

філологічний

(назва інституту/факультету)

Кафедра **журналістики**

(назва кафедри)

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

Іміджологія

(вказати назву навчальної дисципліни (іноземною, якщо дисципліна викладається іноземною мовою))

вибіркова

(вказати: обов'язкова)

Освітньо-професійна програма **«Видавнича справа та медіаредагування»**

(назва програми)

Спеціальність **061 Журналістика**

(вказати: код, назва)

Галузь знань **06 Журналістика**

(вказати: шифр, назва)

Рівень вищої освіти **перший (бакалаврський)**

(вказати: перший (бакалаврський)/другий (магістерський)/третій (освітньо-науковий))

філологічний факультет

(назва факультету/інституту, на якому здійснюється підготовка фахівців за вказаною освітньо-професійною програмою)

Мова навчання **українська**

(вказати: на яких мовах читається дисципліна)

Розробники: **к.н.с.к., доц. Шутяк Л.М.**

(вказати авторів (викладач (ів)), їхні посади, наукові ступені, вчені звання)

Профайл викладача <https://www.journalistic.space/liliia-shutiak/>

Контактний тел. **(0372) 58-47-02**

E-mail: **l.shutiak@chnu.edu.ua**

Сторінка курсу в Moodle -
Консультації

Очні консультації: щотижневі

Онлайн-консультації: google.meet

1. Анотація дисципліни (призначення навчальної дисципліни).

Курс «Іміджологія» призначений сформувати у студентів розуміння ролі та значення іміджу в публічній сфері, а також його впливу на формування авторитету й забезпечення успішного просування в кар'єрі окремого фахівця та цілісного уявлення про особливості формування позитивного іміджу організації. Останній базується на знанні психологічних основ іміджування, теоретичних знаннях та практичних навичках самопрезентації у вербальному та невербальному спілкуванні.

2. Мета навчальної дисципліни:

Ознайомити студентів із закономірностями формування і трансформації іміджу, а також способами його корекції та управління; оволодіти прийомами і методами психологічного впливу й переконання людей у процесі формування іміджу.

3. Пререквізити. Вказуються дисципліни чи сертифіковані курси, які здобувач вищої освіти має вивчити до початку або разом із цією дисципліною, що підвищує ефективність засвоєння курсу.

Реклама та зв'язки з громадськістю
Зовнішні комунікації

4. Результати навчання

знати:

- теоретико-методологічні засади іміджології;
- місце та роль іміджології у публічній сфері;
- основні прийоми, методи і технології створення і підтримки привабливого зовнішнього і внутрішнього іміджу особи та організації;
- основи мистецтва використання закономірностей побудови іміджу в практичній діяльності.

вміти:

- користуватися навичками відбору та застосування основних принципів управління іміджем;
- працювати самостійно і в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягати професійних цілей;
- застосовувати на практиці набуті знання для ефективного пошуку ділових партнерів, каналів комунікації, можливостей інфраструктури ринку та формуванню комерційно-господарських зв'язків між суб'єктами ринку;
- визначати тактику, політику, процедури, правила, аналізувати та синтезувати інформацію стосовно розробки і впровадження стратегічного планування розвитку окремого регіону.

ЗК6. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК11. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ФК6. Здатність використовувати у професійній діяльності основи медіаменеджменту та медіамаркетингу.

ФК10. Здатність використовувати професійні знання й практичні навички з журналістики, масової комунікації та інформації, комунікаційних технологій для дослідження комунікаційних явищ і процесів.

ПРН11. Орієнтуватися у масово-інформаційних та комунікативних процесах.

ПРН15. Застосовувати сучасні технології при створенні, просуванні та продажі видавничого, рекламного та медійного продукту.

5. Опис навчальної дисципліни

5.1. Загальна інформація

Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість		Кількість годин						Вид підсумкового контролю
			кредитів	годин	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	IV	VII	4	120	30	15			73	2	залік

5.2. Дидактична карта навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма							Заочна форма					
	Усього	у тому числі					усього	у тому числі					
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Змістовий модуль 1. Імідж як феномен сучасного світу													
Тема 1. Проблема іміджу в сучасній науці та бізнесі.	9	2	1			6							
Тема 2. Етапи створення іміджу та технології його формування.	10	3	1			6							
Тема 3. Психологічні аспекти створення образу в іміджмейкерстві.	10	2	2			6							
Тема 4. Сутнісні характеристики іміджу організації.	10	3	1			6							
Тема 5. Функції, завдання і типологія корпоративного іміджу.	9	2	1			6							
Тема 6. Планування і реалізація корпоративного іміджу. Імідж і репутація.	10	3	1			6							
Разом за змістовим модулем 1	58	15	7			36							

Змістовий модуль 2. Застосування іміджевих технологій у суспільній практиці												
Тема 7. Інструментарій формування іміджу організації.	9	2	1			6						
Тема 8. Формування позитивного корпоративного іміджу.	10	3	1			6						
Тема 9. Технології управління особистим іміджем.	9	2	1			6						
Тема 10. Технології формування політичного іміджу.	11	2	1		2	6						
Тема 11. Організація ділових зустрічей як інструмент формування ділового іміджу.	9	2	1			6						
Тема 12. Підготовка та проведення ділових переговорів: інструменти, тактика, стратегія, психологічні аспекти.	9	2	1			6						
Тема 13. Невербальні елементи іміджології. Зовнішній вигляд як запорука успішного ділового іміджу.	5	2	2			1						
Разом за змістовим модулем 2	62	15	8		2	37						
Усього годин	120	30	15		2	73						

5.3. Зміст завдань для самостійної роботи

№	Назва теми
1.	Корпоративна культура та її вплив на розвиток організації. Методи формування, реалізації, корегування іміджу організації.
2.	Діловий подарунок: класифікація, вимоги до змісту подарунку, правила протоколу дарування.
3.	Організація ділового сніданку, обіду, вечері: час, тривалість, питання для обговорення, вимоги меню. Запрошення на ділову гостину. Коктейль фуршет: суть, основна мета, правила проведення
4.	Характеристика іміджу публічної особи (дослідження кейсів).

* ІНДЗ – для змістового модуля, або в цілому для навчальної дисципліни за рішенням кафедри (викладача).

6. Система контролю та оцінювання

Види та форми контролю, методи навчання

МН1 – словесні методи (лекція, співбесіда, консультація, дискусія тощо).

МН2 – практичні заняття.

МН6 – наочні методи (презентації, ілюстрації, відеоматеріали тощо).

МН7 – робота з книгою, з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою.

МН9 – самостійна робота над індивідуальним завданням або за програмою навчальної дисципліни.

Методи оцінювання

МО2 – тести, опитування, контрольні, самостійні роботи за індивідуальними завданнями.

МО4 – звіти, реферати, статті.

МО6 – презентації результатів виконання завдань.

МО8 – залік.

Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання є досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни.

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне оцінювання (аудиторна та самостійна робота)														Кількість балів (залік)	Сумарна к-ть балів
Змістовий модуль 1							Змістовий модуль 2								
T1	T2	T3	T4	T5	T6		T	T	T	T	T	T	T		
							7	8	9	10	11	12	13		
5	5	5	5	5	5		4	4	4	4	4	5	5	40	100

5. Рекомендована література – основна

1. Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. – К.: Університет «Україна», 2008. – 217 с.

2. Бондаренко І. С. Іміджологія: Імідж особистості: Навч.-метод. посібн. для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». – Запоріжжя: ЗНУ, 2014. – 162 с.
3. Бондаренко І. С. Іміджологія: Психологія іміджу: Навч.-метод. посібн. для студ. освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». – Запоріжжя: ЗНУ, 2014. – 122 с.
4. Бугрим В. В. Іміджологія/ Іміджмейкінг: навчальний посібник. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2014. – 250 с.
5. Бугрим В. В. Комунікативно-технологічні матриці побудови ефективного іміджу / В.В. Бугрим// Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2007. – Т.28. – С.33-42.
6. Гриценко Т.Б. Етика ділового спілкування: навчальний посібник. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
7. Етика ділового спілкування: навч. посібник / В.Г. Воронкова, А.Г. Беліченко, В.В. Мельник, М.А. Ажажа. – Львів : Магнолія-2006, 2009 . – 312 с.
8. Єлізарова, І. А. Стиль ділового успіху : навч посібник / І.А. Єлізарова. – К.: Кондор, 2007. – 160 с.
9. Маценко В. Технологія іміджу / В. Маценко. – К. : Главник, 2005.– 96 с.
10. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с.
11. Хавкіна Л. М. Іміджологія: навчально-методичний посібник / Л. М. Хавкіна. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 64 с.
12. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»] / І.Г. Шавкун, Я.С. Дибчинська. – Запоріжжя : ЗНУ, 2016. – 111 с.
13. 21 Tips for Creating a Successful Social Media Political Campaign. URL: <https://www.juicer.io/blog/21-tips-for-creating-a-successful-social-media-political-campaign>
14. Minchington В. Your Employer Brand: Attract, Engage, Retain / Bratt Minchington. Sydney: Collective Learning Australia, 2006. 232 p.

6. Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського: <http://www.nbuv.gov.ua/>
2. Офіційний сайт Львівської національної бібліотеки України ім. В. Стефаника: <http://www.lsl.lviv.ua/>
3. Інститут масової інформації: <https://imi.org.ua>
4. Marketing Media Review: <https://mmr.ua>