

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ



"ЗАТВЕРДЖУЮ"

Заступник керівника
(професор з науково-педагогічної роботи)

М. В. Афанасьєв

ІМІДЖОЛОГІЯ

робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань 06 "Журналістика"
Спеціальність 061 "Журналістика"
Освітній рівень перший (бакалаврський)
Освітня програма "Реклама і зв'язки з громадськістю", "Медіа-комунікації"

Вид дисципліни
Мова викладання, навчання та оцінювання

базова
українська

Завідувач кафедри управління
соціальними комунікаціями

Яресько К. В.

Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2019

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

"ЗАТВЕРДЖУЮ"
Заступник керівника
(проректор з науково-педагогічної роботи)

М. В. Афанасьєв

ІМІДЖОЛОГІЯ

робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань **06 "Журналістика"**
Спеціальність **061 "Журналістика"**
Освітній рівень **перший (бакалаврський)**
Освітня програма **"Реклама і зв'язки з громадськістю", "Медіа-комунікації"**

Вид дисципліни
Мова викладання, навчання та оцінювання

базова
українська

Завідувач кафедри управління
соціальними комунікаціями

Яресько К. В.

Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2019

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри управління соціальними комунікаціями.
Протокол № 2 від 20.09.2019 р.

Розробник:
Зима Ольга Григорівна, к. е. н., доцент кафедри управління соціальними комунікаціями

**Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

1. Вступ

Сучасні економічні умови, в яких функціонують вітчизняний бізнес, характеризуються високим рівнем невизначеності та динамічності чинників, що впливають на формування іміджу та репутації суб'єктів господарювання. «Іміджологія» як наукова дисципліна, як теоретична основа виховання і формування професіонала не вкладається ні в одну з існуючих і досліджуваних філософських теорій і вимагає спеціальної розробки «своєї» філософії, заснованої на її особливості і закономірності.

Іміджологія як наукова галузь знання тільки в тій мірі відповідає своєму навчально-утворюючому призначенню, якщо спочатку спрямована на естетико-етичне формування особистості. Якщо в будь-який інший спеціальності розбіжності між процесом оволодіння знаннями і характерологічними особливостями особистості небажані, то в іміджології вони неприпустимі. Іміджологія самим фактом свого існування в якості навчального предмета вимагає своєї філософії. І справа не в тому, що вона виходить з найвищих принципів гуманізму, ставлячи на чільне місце людину – таких наук багато, а в тому, що спочатку, крім людини, для неї нічого не існує

Навчальна дисципліна «Іміджологія» є базовою навчальною дисципліною та вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців освітнього ступеню «бакалавр» спеціальності 061 «Журналістика» для всіх форм навчання.

Метою викладання даної навчальної дисципліни є формування у студентів цілісного уявлення про призначення, форми, методи, технології іміджології для використання умінь і навичок в області конструювання бажаного іміджу об'єкта (людини, організації, регіону тощо).

Для досягнення мети поставлені такі основні **завдання**:

ознайомлення з основними і найбільш часто вживаними поняттями, методиками та напрямками в іміджології з акцентуацією уваги на досягненнях вітчизняних і зарубіжних вчених в даній сфері;

оволодіння навичками аналізу іміджу в різних контекстах;

вміння розкрити структуру особистого іміджу: його вербальну, зовнішню і кінетичну складові;

оволодіння навичками аналізу іміджу окремих індивідів і організацій, розпізнавання його символічної реальності, виявлення вербальних і невербальних особливостей побудови позитивного іміджу і розуміння прихованих процесів, пов'язаних з управлінням іміджем.

«Іміджологія» – навчальна дисципліна, що вивчає особливості формування професійного іміджу, технології самопрезентації, без чого неможливий успіх в будь-якій професійній сфері діяльності.

Об'єктом навчальної дисципліни є процеси, що пов'язані з формуванням іміджу різних суб'єктів.

Предметом навчальної дисципліни є різні іміджи.

Курс	2	
Семестр	1	
Кількість кредитів ECTS	5	
Аудиторні навчальні заняття	лекції	32
	семінарські, практичні	32
Самостійна робота		86
Форма підсумкового контролю	залік	

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни:

Попередні дисципліни	Наступні дисципліни
"Вступ до фаху з журналістики"	"Ораторське мистецтво та спічрайтинг"
"Філософія"	"Репутаційний менеджмент"
"Масова комунікація та інформація"	"Корпоративна культура та корпоративні медіа"
"Основи бізнесу та менеджменту"	"Журналістська майстерність"
"Геополітика"	

2. Компетентності та результати навчання за дисципліною:

Компетентності	Результати навчання
Здійснювати акцентування інформації, дистанціювання, метафоризацію, візуалізацію і опитування громадської думки	Вміти обґрунтовувати необхідність створення Майстер-плану підприємства
Використовувати особливості габітарного, вербального і середовищного іміджу для створення іміджу ділової людини	Вміти виявляти вербальні й невербальні особливості під час побудови позитивного іміджу і розуміти приховані процеси, що пов'язані з управлінням іміджем
Застосовувати соціологічні методи дослідження і засоби формування іміджу	Вміти використовувати різні методи дослідження і засоби формування іміджу
Аналізувати особливості створення іміджу керівника підприємства (організації)	Вміти обґрунтовувати формування персонального ділового іміджу та формувати образ за допомогою одягу і макіяжу
Знати особливості створення персонального ділового іміджу	Вміти аналізувати економічні результати іміджу і репутації компанії
Здійснювати позиціонування суб'єкта іміджу; аналізувати соціально-стильові характеристики іміджу;	Вміти створювати імідж підприємства
Знати особливості створення іміджу підприємства	Вміти створювати персональний діловий імідж
Вміти аналізувати економічний зміст та формування іміджу і репутація організації	Вміти використовувати принципи і технології формування індивідуального та професійного іміджу людини

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1 Основи іміджології

Тема 1. Поняття іміджології

Сутність іміджології. Підходи до визначення іміджології. Терміни, супутні поняття іміджологія .

Тема 2. Іміджологія серед сучасних наук

Іміджологія і філософія. Іміджологія і психологія. Іміджологія і культурологія. Іміджологія і політологія.

Тема 3. Інструментарій іміджології

Позиціонування і маніпулювання. Міфологізація. Емоціоналізація і формат. Вербалізація і деталізація. Акцентування інформації, дистанціювання, метафоризація, візуалізація і опитування громадської думки.

Тема 4. Поняття і сутність іміджу

Історія виникнення поняття «імідж». Функції іміджу. Типи і категорії іміджу.

Тема 5. Види іміджу відносно факторів, що його утворюють

Габітарний імідж. Вербальний імідж. Середовищний імідж. Уречевлений імідж. Кінетичний імідж.

Тема 6. Соціологічні методи дослідження і засоби формування іміджу

Обґрунтування підходів щодо дослідження іміджу. Позиціонування суб'єкта іміджу. Соціально-стильові характеристики іміджу.

Змістовий модуль 2 Особливості створення іміджу

Тема 7. Особливості створення іміджу підприємства

Типології корпоративного іміджу. Моделі корпоративного іміджу. Обґрунтування необхідності створення Майстер-плану підприємства.

Тема 8. Майстер-план по створенню іміджу.

Фундамент іміджу. Зовнішній імідж компанії. Внутрішній імідж компанії. Невідчутний імідж.

Тема 9. Принципи і технології формування індивідуального (професійного) іміджу людини.

Принципи формування індивідуального іміджу людини. Технології формування індивідуального іміджу людини. Принципи формування професійного іміджу людини. Технології формування професійного іміджу людини.

Тема 10. Персональний діловий імідж.

Атрибути і фактори ділового іміджу. Концептуальне обґрунтування персонального ділового іміджу. Формування ділового образу за допомогою одягу і макіяжу.

Тема 11. Імідж керівника підприємства.

Складові іміджу керівника організації. Внутрішній та зовнішній імідж керівника. Оцінка характеристик, що впливають на формування іміджу керівника.

Тема 12. Імідж і репутація підприємства

Економічний зміст та формування іміджу і репутація організації. Порівняльна характеристика понять «імідж» та «репутація». Економічні результати іміджу і репутації компанії.

4. Порядок оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання

результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою ХНЕУ ім. С. Кузнеця", контрольні заходи містять:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту отримати залік, – 35 балів);

модульний контроль, що проводиться з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті *інтегровану* оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля;

підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі семестрового заліку, відповідно до графіка навчального процесу.

Поточний контроль із цієї навчальної дисципліни проводиться в таких формах:

- активна робота на лекційних заняттях;
- активна участь у виконанні практичних завдань;
- активна участь у дискусії та презентації матеріалу на семінарських заняттях;
- перевірка есе за заданою тематикою;
- захист презентації;
- презентація сценарію;
- творче завдання;
- творчий проект.

Підсумковий / семестровий контроль проводять у формі семестрового заліку.

Семестровий залік – це вид підсумкового контролю, при якому засвоєння студентом навчального матеріалу з дисципліни оцінюється на підставі результатів поточного контролю (тестування, поточного опитування, виконання індивідуальних завдань та певних видів робіт на практичних, семінарських або лабораторних заняттях) протягом семестру. Семестровий залік планується за відсутності екзамену і зазвичай не передбачає обов'язкової присутності студентів на заліковому заході.

Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів. Оцінювання знань студента під час семінарських і практичних занять та виконання індивідуальних завдань проводять за такими критеріями:

- вміння виявляти вербальні й невербальні особливості під час побудови позитивного іміджу і розуміти приховані процеси, що пов'язані з управлінням іміджем;
- розуміння, ступінь засвоєння теоретичного матеріалу, що розглядається;
- вміння аналізувати економічні результати іміджу і репутації компанії;
- вміння обґрунтовувати формування персонального ділового іміджу та формувати образ за допомогою одягу і макіяжу;

ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;

вміння поєднувати теорію з практикою під час розгляду виробничих ситуацій у процесі виконання індивідуальних завдань та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;

вміння здійснювати позиціонування суб'єкта іміджу; аналізувати соціально-стильові характеристики іміджу;

вміння здійснювати акцентування інформації, дистанціювання, метафоризацію, візуалізацію і опитування громадської думки;

вміння створювати персональний діловий імідж на підприємстві;

вміння використовувати різні методи дослідження і засоби формування іміджу.

Критерії оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів.

Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів, є: глибина і міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння робити обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, навички і прийоми виконання практичних завдань, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та оброблення, самореалізація на практичних та семінарських заняттях.

Критеріями оцінювання есе є:

здатність проводити критичну та незалежну оцінку проблемних питань;
вміння пояснювати альтернативні погляди та наявність власної точки зору, позиції на певне проблемне питання;
застосування аналітичних підходів;
якість і чіткість викладення міркувань;
логіка, структуризація та обґрунтованість висновків щодо конкретної проблеми;
самостійність виконання роботи;
грамотність подачі матеріалу;
використання методів порівняння, узагальнення понять та явищ;
оформлення роботи.

Порядок підсумкового контролю з навчальної дисципліни. Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів із навчальної дисципліни здійснюють на підставі проведення семестрового заліку, який передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей.

Семестрові заліки з певної дисципліни проводяться після закінчення її вивчення до початку екзаменаційної сесії. Заліки приймаються викладачами, які проводили практичні, семінарські та інші заняття в навчальній групі або/та читали лекції із цієї дисципліни, що визначається кафедрою.

Залік виставляють за результатами навчальної роботи студента в семестрі (виконання студентом семестрових індивідуальних завдань та контрольних робіт, виступів на семінарських заняттях та оцінок поточного контролю). Під час використання рейтингової системи оцінювання, "зараховано" виставляють, якщо студент отримав рейтинг із дисципліни не менше 0,6 від максимально можливого значення (рейтингової шкали).

Якщо студент не отримав залік за результатами навчальної роботи в семестрі (за рейтингом), залік виставляють за результатами виконання ним підсумкового контрольного завдання або співбесіди на останньому занятті із цієї навчальної дисципліни.

Підсумкову оцінку з навчальної дисципліни розраховують із урахуванням балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано", його заносять у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни. У випадку отримання менше 60 балів студент обов'язково здає залік після закінчення екзаменаційної сесії у встановлений деканом факультету термін, але не пізніше двох тижнів після початку семестру.

У випадку повторного отримання менше 60 балів декан факультету призначає комісію у складі трьох викладачів на чолі із завідувачем кафедри та визначає термін перескладання заліку, після чого приймається рішення відповідно до чинного законодавства: "зараховано" – студент продовжує навчання за графіком навчального процесу, а якщо "не зараховано", тоді декан факультету пропонує студенту повторне вивчення навчальної дисципліни протягом наступного навчального періоду самостійно.

Розподіл балів за тижнями

Теми змістового модуля			Лекційні заняття	Практичні заняття	Письмова контрольна робота	Перевірка есе	Презентація	Творче завдання	Творчий проєкт	Усього
Змістовий модуль 1	Тема 1	1 тиждень	1	–	–	4	–	–	–	5
		2 тиждень	1	1	–	–	–	–	–	2
	Тема 2	3 тиждень	1	1	–	–	5	–	–	7
	Тема 3	4 тиждень	1	1	–	–	5	–	–	7
	Тема 4	5 тиждень	1	1	–	–	–	5	–	7
	Тема 5	6 тиждень	1	1	5	4	–	–	–	11
		7 тиждень	1	1	–	–	–	–	–	2
	Тема 6	8 тиждень	1	1	–	–	–	5	–	7
Змістовий модуль 2	Тема 7	9 тиждень	1	1	–	–	–	5	–	7
	Тема 8	10 тиждень	1	1	–	–	–	5	–	7
	Тема 9	11 тиждень	1	1	–	–	5	–	–	7
		12 тиждень	1	1	–	–	–	5	–	7
	Тема 10	13 тиждень	1	1	5	–	–	–	–	7
	Тема 11	14 тиждень	1	–	–	–	–	–	–	2
	Тема 12	15 тиждень	1	1	–	4	–	–	–	6
		16 тиждень	–	3	–	–	–	–	–	3
17 тиждень		–	1	–	–	–	–	6	7	
Усього			15	17	10	12	15	25	6	100

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для диференційованого заліку	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	

60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		

5. Рекомендована література

Основна

1. Джи Б. Имидж фирмы: планирование, формирование, продвижение: пер. с англ. Б. Джи. – СПб.: Питер, 2000. – 221 с.
2. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. – М.: Рефл-Бук, 2000;. – 580 с.
3. Квеско Р. Б. Имиджелогия: учебное пособие / Р. Б. Квеско, С. Б. Квеско. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2008. – 116 с.
4. Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб.: Алетейя, 2001. – 256 с.
5. 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.
6. Волкова В. В. Имиджелогия: Учебно-методическое пособие. – Ставрополь: СевКавГТУ, 2005. – 168 с.
7. Имиджелогия: Учебное пособие для бакалавров / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. – 278 с.

Додаткова

8. Пономаренко В. С. Управління іміджем підприємства: монографія / Пономаренко В. С. Ястремська О. О. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2012. – 240 с.
9. Ковальчук А. С. Основы имиджелогии и делового общения. – Ростов на Дону: Феникс, 2004. – 256 с.
10. Черепанова В. Н. Курс лекций по имиджелогии: Учебное пособие. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2002 – 120 с.
11. Наумова С. К. Имиджелогия: Учеб. пособие / Том. политех. ун-т. – Томск, 2004. – 116 с.
12. Браун Л. Имидж – путь к успеху. Практическое пособие для мужчин и женщин. – СПб. : Издательский дом “Питер”, 2001. – 188 с.
13. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравится людям. – М.: Народное образование, 2002. –576 с.
14. Макиавелли Н. Государь. – К: Країна Мрій, 2017. – 176 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

15. Про доступ до публічної інформації : Закон України № 2939-VI від 13 січня 2011 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>
16. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2005. – 275 с. // <http://ubooks.com.ua/books/0008/inx2.php>.
17. Ганус А. І., Іваницький В. Д., Власенко А. В. // Прикладні аспекти підготовки сучасного фахівця [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.archive.kpi.kharkov.ua/files/35397.pdf>.
18. Формування громадсько-політичної поведінки великих груп населення (інформаційно-комунікаційні аспекти). Наукове видання / В. В. Кальниш, Ю. Г.

Кальниш. – Київ, 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sd.net.ua/2012/03/08/povedinka-natovpu.html>.

19. Сайт персональних навчальних систем ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Навчальна «Іміджологія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=3796>.