

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ



ЗАТВЕРДЖУЮ"

Проректор з навчально-методичної роботи

Карина НЕМАШКАЛО

ІМІДЖОЛОГІЯ

робоча програма навчальної дисципліни

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

Статус дисципліни	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська

Завідувач кафедри
управління соціальними комунікаціями

Катерина ЯРЕСЬКО

Харків
2023

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри управління соціальними комунікаціями.

Протокол № 1 від 29.08.2022 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

Анотація навчальної дисципліни

Актуальність навчальної дисципліни “Іміджологія” полягає в тому, що дослідження і побудування іміджу має використовувати науковий підхід. Побудування будь-якого іміджу має відбуватися професійно, з використанням певних інструментів, які пропонуються в лекційному матеріалі навчальної дисципліни “Іміджологія”. Під час виконання практичних завдань студент має самостійно опрацювати вплив різних складових іміджу на зміну образу і сприйняття людини або компанії.

Навчальна дисципліна “Іміджологія” є обов’язковою навчальною дисципліною та вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців першого (бакалаврського) освітнього рівня спеціальності 061 “Журналістика” освітньої програми “Реклама і зв’язки з громадськістю” 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, компанії, 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.

Характеристика навчальної дисципліни

Курс	2
Семестр	3
Кількість кредитів ECTS	5
Форма підсумкового контролю	Залік

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
“Вступ до фаху з журналістики”	"Ораторське мистецтво та спічрайтинг"
“Філософія”	"Корпоративна культура та корпоративні медіа"
“Масова комунікація та інформація”	"Журналістська майстерність"

Компетентності та результати навчання за дисципліною

Компетентності	Результати навчання
ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях	РН1. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань
ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел	
ЗК07. Здатність працювати в команді	
ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями	
ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою	
СК02. Здатність формувати інформаційний контент	
СК08. Здатність просувати продукт / бренд/ організацію/ особу	
ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях	
ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності	
ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним	
ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел	
ЗК07. Здатність працювати в команді	
ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями	
ЗК10. 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	
ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою	
СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності	
СК03. Здатність створювати медіапродукт	
ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях	РН3. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами
ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності	
ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел	
ЗК07. Здатність працювати в команді	
ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями	
ЗК10. 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	
ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою	
СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності	
СК03. Здатність створювати медіапродукт	
ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях	

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності	РН4. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел	
ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним		
ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел		
ЗК07. Здатність працювати в команді		
ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями		
ЗК10. 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		
ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою		
СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності		
СК02. Здатність формувати інформаційний контент		
СК03. Здатність створювати медіапродукт		
СК08. Здатність просувати продукт / бренд/ організацію/ особу		
ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях		РН5. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань
ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності		
ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним		
ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел		
ЗК07. Здатність працювати в команді		
ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями		
ЗК10. 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		
ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою		
СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності		
СК03. Здатність створювати медіапродукт		
ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях	РН11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою	
ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності		
ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним		
ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел		
ЗК07. Здатність працювати в команді		
ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями		

ЗК10. 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	
ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою	
ЗК12. Здатність спілкуватися іноземною мовою	
СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій	
СК03. Здатність створювати медіапродукт	
СК08. Здатність просувати продукт / бренд/ організацію/ особу	
ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях	
ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності	
ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним	
ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел	
ЗК07. Здатність працювати в команді	
ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями	
ЗК10. 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	
ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою	
СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності	
СК03. Здатність створювати медіапродукт	
ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях	
ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел	
ЗК07. Здатність працювати в команді	
ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями	
ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою	
СК02. Здатність формувати інформаційний контент	
СК08. Здатність просувати продукт / бренд/ організацію/ особу	
	РН15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення
	РН20. Просувати продукт / бренд/ організацію/ особу обираючи відповідні канали комунікації

**Програма навчальної дисципліни
Змістовий модуль 1. «Основи іміджології»**

Тема 1. Поняття іміджології

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

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.

Перелік практичних (семінарських) занять, а також питань та завдань до самостійної роботи наведено у таблиці "Рейтинг-план навчальної дисципліни".

Методи навчання та викладання

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так і інтерактивних навчальних технологій, серед яких: лекції проблемного характеру (теми 1-6; 12), міні-лекції (під час практичних занять, теми 8-10), робота в малих групах (теми 6; 7; 11), семінари-дискусії (тема 1-2), мозкові атаки (тема 7), кейс-метод (тема 9), презентації, метод сценаріїв (теми 7-8), банки візуального супроводу (теми 1-12).

Під час проведення лекційних та занять використовуються: пояснювально-ілюстративний, репродуктивні, проблемне викладання, частково-пошуковий, дослідницький методи викладання.

Застосування наведених методів дозволять досягнути таких результатів навчання як: закріпленні теоретичних знань на практиці; підвищенні самосвідомості студентів; формуванні здатності ухвалювати самостійні рішення; формуванні здатності до ухвалення колективних рішень.

Порядок оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів за дисципліною «Іміджологія» враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, практичні (семінарські) заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Контрольні заходи включають:

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, дорівнює 60 балів).

Поточний контроль включає оцінювання студентів під час:

Лекцій – активна робота на парі, що включає реакцію студента на лекційний матеріал у вигляді відповідей на запитання та обговорення проблемних питань за темою.

Практичні та семінарські заняття – активна робота на парі, що включає обговорення лекційного матеріалу, відповіді на запитання, розгляд проблемних ситуацій у рамках теми заняття.

Під час проведення практичних і семінарських занять також використовуються такі форми поточного контролю як:

Написання есе. Протягом семестру студенти пишуть два есе. Максимальна оцінка есе складає 5 балів. Максимальна кількість балів, яку отримують студенти за результатами написання есе, складає – 10 балів;

Презентація. Протягом семестру студенти виконують чотири презентації. Презентація має максимальну оцінку у 7 балів. Максимальна кількість балів, яку отримують студенти, складає – 28 балів;

Творче завдання. Протягом семестру студенти виконують дев'ять творчих завдань. Кожне завдання потребує від студента креативного підходу до його виконання, можливість використання відеоконтенту, презентації тощо. Творче завдання має максимальну оцінку у 6 балів за темами 4; 7; 9–12; творчі завдання, що мають максимальну оцінку у 8 балів за темою 5, таких завдань два; ще одне творче завдання, яке виконують студенти за 12 темою, складає 10 балів. Максимальна кількість балів, яку студенти отримують за дев'ять завдань складає 62 бали.

Самостійна робота щодо отримання компетентностей за дисципліною «Іміджологія» включає опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу; виконання домашніх завдань; аналіз конкретної виробничої ситуації; пошук джерел для підготовки презентацій та творчих завдань за заданими темами.

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів із навчальної дисципліни «Іміджологія» 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 (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту отримати залік, дорівнює 60 балів).

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.

Форми оцінювання та розподіл балів наведено у таблиці "Рейтинг-план навчальної дисципліни".

Рейтинг-план навчальної дисципліни

Тема	Форми та види навчання	Форми оцінювання	Мах бал
1	2	3	4
Змістовий модуль 1. Основи іміджології			
<i>Аудиторна робота</i>			
ТЕМА 1. Поняття іміджології	Лекція 1 за питаннями 1. Сутність іміджології 2. Підходи до визначення іміджології 3. Терміни, супутні поняття «іміджологія»	Активна робота	–
	Практична робота 1. Обговорення сутності іміджології; підходів щодо визначення іміджології; розгляд термінів та супутніх понять іміджології Практична робота 2. Написання есе на тему: «Використання "брудних технологій" при побудові іміджу працівників у рекламній діяльності»	Виконання практичної роботи	5
	<i>Самостійна робота</i>		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	–	–
<i>Аудиторна робота</i>			
ТЕМА 2. Іміджологія серед сучасних наук	Лекція 2 за питаннями 1. Іміджологія і філософія 2. Іміджологія і психологія 3. Іміджологія і культурологія 4. Іміджологія і політологія	Активна робота	–
	Практична робота 3. Зробити презентацію на тему: «Специфічні (культурні) особливості професійної діяльності при формуванні іміджу працівника у рекламній діяльності»	Виконання практичної роботи	7
	<i>Самостійна робота</i>		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	–	–
<i>Аудиторна робота</i>			

ТЕМА 3. Інструментарій іміджології	Лекція 3 за питаннями 1. Позиціонування і маніпулювання 2. Міфологозація 3. Емоціоналізація і формат 4. Вербалізація і деталізація 5. Акцентування інформації, дистанціювання, метафоризація, візуалізація і опитування громадської думки	Активна робота	–
	Практична робота 4. Зробити презентацію на тему: «Стереотипи при формуванні корпоративного та особистого іміджу працівника рекламної діяльності»	Виконання практичної роботи	7
	<i>Самостійна робота</i>		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	–	–
<i>Аудиторна робота</i>			
ТЕМА 4. Поняття і сутність іміджу	Лекція 4 за питаннями 1. Історія виникнення поняття «імідж» 2. Функції іміджу 3. Типи і категорії іміджу	Активна робота	–
	Практична робота 5. Творче завдання. Використовуючи твір Макіавеллі «Государ» (глави XV – XXI) скласти образ сучасного керівника (лідера) у рекламній діяльності. Обґрунтувати складові образу, які є основними в сучасних комунікаціях	Виконання практичної роботи	6
	<i>Самостійна робота</i>		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	–	–
<i>Аудиторна робота</i>			
ТЕМА 5. Види іміджу відносно факторів, що утворюють його	Лекція 5 і 6 за питаннями 1. Габітарний імідж 2. Вербальний імідж 3. Середовищний імідж 4. Уречевлений імідж 5. Кінетичний імідж	Активна робота	–
	Практична робота 6. Творче завдання. Розробити макет візитної картки ділової людини, яка працює у рекламній діяльності	Виконання практичної роботи	8
	Практична робота 7. Творче завдання. Обґрунтувати вибір подарунка і квітів, які можна (бажано) подарувати колезі по роботі	Виконання практичної роботи	8
	<i>Самостійна робота</i>		
		Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	–
<i>Аудиторна робота</i>			
ТЕМА 6. Соціологічні методи дослідження і	Лекція 7 за питаннями 1. Обґрунтування підходів щодо дослідження іміджу 2. Позиціонування суб'єкта іміджу 3. Соціально-стильові характеристики іміджу	Активна робота	–

засоби формування іміджу	Практична робота 8. Зробити презентацію на тему: «Вплив субкультурних стилів на розвиток бізнесу»	Виконання практичної роботи	7
	<i>Самостійна робота</i>		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	–	–
Змістовий модуль 2. Особливості створення іміджу			
ТЕМА 7. Особливості створення іміджу підприємства	<i>Аудиторна робота</i>		
	Лекції 8 за питаннями		
	1. Типології корпоративного іміджу 2. Моделі корпоративного іміджу 3. Обґрунтування необхідності створення Майстер-плану підприємства	Активна робота	–
	Практична робота 9. Творче завдання. Використовуючи елементи структури корпоративної ідентичності порівняти дві компанії, що відносяться до рекламної сфери діяльності	Виконання практичної роботи	6
	<i>Самостійна робота</i>		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	–	–
ТЕМА 8. Майстер-план по створенню іміджу	<i>Аудиторна робота</i>		
	Лекції 9 за питаннями		
	1. Фундамент іміджу 2. Зовнішній імідж компанії 3. Внутрішній імідж компанії 4. Невідчутний імідж	Активна робота	–
	Практична робота 10. Написати есе на тему «Невідчутний імідж компанії, що відносяться до рекламної сфери діяльності»	Виконання практичної роботи	5
	<i>Самостійна робота</i>		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	–	–
ТЕМА 9. Принципи і технології формування індивідуального	<i>Аудиторна робота</i>		
	Лекції 10 і 11 за питаннями		
	1. Принципи формування індивідуального іміджу людини 2. Технології формування індивідуального іміджу людини 3. Принципи формування професійного іміджу людини 4. Технології формування професійного іміджу людини	Активна робота	–
	Практична робота 11. Творче завдання. Створення образу людини за музичним твором	Виконання практичної роботи	6

о (професійного) іміджу людини	Практична робота 12. Творче завдання. Зробити презентацію на тему: «Типи ділового дрес-коду». Перелік відповідних дрес-кодів наведений у додатковому матеріалі	Виконання практичної роботи	7
	Самостійна робота		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	–	–
ТЕМА 10. Персональний діловий імідж	Аудиторна робота		
	Лекції 12 і 13 за питаннями 1. Атрибути і фактори ділового іміджу 2. Концептуальне обґрунтування персонального ділового іміджу 3. Формування ділового образу за допомогою одягу і макіяжу	Активна робота	–
	Практична робота 13. Творче завдання. Зробити презентацію на тему: «Типи урочистого дрес-коду». Перелік відповідних дрес-кодів наведений у додатковому матеріалі	Виконання практичної роботи	6
	Самостійна робота		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	–	–
ТЕМА 11. Імідж керівника підприємства	Аудиторна робота		
	Лекції 14 за питаннями 1. Складові іміджу керівника організації 2. Внутрішній та зовнішній імідж керівника 3. Оцінка характеристик, що впливають на формування іміджу керівника	Активна робота	–
	Практична робота 14. Творче завдання. На основі аналізу показників, які впливають на створення іміджу керівника, що працює у медійній компанії. Розробити рекомендації щодо формування ідеального образу сучасного керівника рекламної компанії	Виконання практичної роботи	6
	Самостійна робота		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	–	–
ТЕМА 12. Імідж і репутація підприємства	Аудиторна робота		
	Лекції 15 за питаннями 1. Економічний зміст та формування іміджу і репутація організації 2. Порівняльна характеристика понять «імідж» та «репутація» 3. Економічні результати іміджу і репутації компанії	Активна робота	–
	Практична робота 15. Творче завдання. Використовуючи методи управління чутками і різні інструменти маніпуляції розробити заходи щодо підвищення репутації рекламної компанії	Виконання практичної роботи	6
	Самостійна робота		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	–	–
ТЕМА	Аудиторна робота		

12. Імідж і репутація підприємства	Практична робота 16. Творче завдання. Використовуючи інструментарій по створенню персонального іміджу створити особистий образ. Обґрунтувати складові особистого іміджу (візуалізувати отриманий результат)	Виконання практичної роботи	10
	<i>Самостійна робота</i>		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	–	–
		Усього балів	100

Рекомендована література

Основна

1. Дячук В. П. Іміджологія. Соціокультурний вимір : навч. посіб. / В. П. Дячук. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2017. – 308 с.
2. Повалій Т. Л. Івент-менеджмент : навчальний посібник / Т. Л. Повалій, Н. Д. Світайло. – Суми : Сумський державний університет, 2021. – 198 с.
3. 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.

Додаткова

4. Діловий етикет: навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. Д.А. Мірошніченко, А.М. Зленко. Бориспіль : Ризографіка, 2019. 216 с.
5. Макиавеллі Н. Государь. – К: Країна Мрій, 2017. – 176 с.
6. Пономаренко В. С. Управління іміджем підприємства: монографія / Пономаренко В. С. Ястремська О. О. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2012. – 240 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

7. Сайт персональних навчальних систем ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Навчальна дисципліна «Іміджологія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://>