

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету
соціальної педагогіки та психології

 О.В. Пономаренко

_____ 2020 р.

ІМІДЖЕЛОГІЯ

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки магістра

спеціальності 231 Соціальна робота

освітньо-професійна програма «Соціальна педагогіка»

Укладач: Іванова Л.С., к.філос.н., доцент

Обговорено та ухвалено на засіданні кафедри
педагогіки та психології освітньої діяльності
Протокол № 1 від “27” серпня 2020 р.

Завідувач кафедри педагогіки та психології
освітньої діяльності

 _____ Н.Ф. Шевченко

Ухвалено науково-методичною радою
факультету соціальної педагогіки та психології
Протокол №1 від “27” серпня 2020 р.

Голова науково-методичної ради факультету
соціальної педагогіки та психології

 _____ І.В. Козич

2020 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрямок підготовки, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 23 Соціальна робота	За вибором	
Розділів – 2	Спеціальність 231 Соціальна робота	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин - 120		2 -й	2 -й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2	Освітньо-професійна програма «Соціальна педагогіка»	Лекції	
		22 год.	6 год.
		Практичні	
		10 год.	6 год.
		Самостійна робота	
	Рівень вищої освіти: магістерський	88 год.	108
		Вид підсумкового контролю: залік	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Іміджологія» є забезпечення формування цілісного наукового уявлення і професійних знань та навичок по одному із затребуваних практичних напрямків в управлінні та ресурсному забезпеченні соціальної роботи та формування бачення особистої професійної кар'єри, застосовуючи елементи іміджу та технології його побудови.

Завдання курсу:

1. Ознайомити студентів із історією та специфікою розвитку іміджу як соціально-культурного феномена.

2. Розкрити наукові підходи до вивчення феномену іміджу.

3. Розширити та систематизувати знання студентів про поняття «індивідуальність», «особистість», «імідж», «діловий імідж», «іміджетворення».

4. Ознайомити студентів з видами та формами іміджу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- сучасні підходи до поняття «імідж»;
- види, типи, зміст, функції іміджу;
- різновиди інструментальних засобів та специфіку їх використання в педагогічній іміджології;
- практичні можливості науки фізіогноміки;
- особливості вербального і невербального спілкування в побудові привабливого іміджу соціального педагога
- теоретичні та практичні аспекти застосування іміджологічних знань

вміти:

- виявляти іміжові характеристики;
- проектувати персональний діловий імідж;
- враховувати соціальні аспекти сприйняття ділового іміджу;
- оцінювати себе і оточуючих з позицій ефективного іміджу;
- практично застосовувати отримані теоретичні знання;
- вільно володіти різними видами мовлення в побудові особистого привабливого іміджу
- користування інструментальними засобами іміджології.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких компетентностей:

- здатність використовувати теоретичні знання та практичні навички застосування

комунікативних технологій, ораторського мистецтва для здійснення ділових комунікацій у професійній сфері;

– здатність до прийняття рішень у непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування;

– здатність до виконання різних функцій соціально-педагогічної діяльності (комунікативна, організаційна, прогностична, профілактична, реабілітаційна, корекційна тощо);

– здатність налагоджувати зв'язки з громадськістю та засобами масової інформації для вирішення професійних завдань.

Міждисциплінарні зв'язки. Курс «Іміджологія» в теоретичному плані ґрунтується на системі пов'язаних між собою дисциплін, а саме: «Етика та деонтологія соціальної роботи», «Конфліктологія», «Менеджмент соціальної роботи», «Педагогічна психологія», «Соціальна робота в сфері дозвілля» та ін.

3. Програма навчальної дисципліни

Розділ 1. Теоретико-методичні основи іміджу

Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу

Імідж та його природа. Семантика поняття імідж. Функціональне значення іміджу. Імідж як це об'єктивний фактор, що відіграє істотну роль в оцінці будь-якого соціального явища або процесу. Іміджологія в комплексі наук.

Тема 2. Типізація іміджу

Дзеркальний імідж. Поточний імідж. Бажаний імідж. Самоімідж. Особистий імідж. Реальний імідж. Корпоративний імідж. Товарний імідж. Закритий імідж. Міфологічний імідж. Політичний та професійний імідж. Ідеальний та первинний імідж. Внутрішні та зовнішні складові частини іміджу. Підходи до іміджу (за Г. Почепцовим). Специфіка управління іміджем. Поліфункціональність іміджу.

Тема 3. Імідж як міфологічний архетип

Міфотворна діяльність різних видів та засобів масової комунікації. Паблік рилейшнз як частина масової комунікації. Вчення Юнга про колективне несвідоме і його роль у розумінні природи міфу. Види міфів. Способи міфологізації іміджу (за О. Змановською).

Тема 4. Іміджмейкерство та його особливості

Іміджмейкинг. Піднесення іміджу. Відбудова від конкурентів. Категорії іміджу (за Г. Почепцовим). Технології іміджування. Психологічні аспекти створення образу в іміджмейкерстві. Корпоративна культура та її складові. Методи формування, реалізації, корегування іміджу організації.

Розділ 2. Формування ділового іміджу

Тема 5. Психологічні основи формування ділового іміджу

Імідж як феномен сприйняття. Механізми атракції та fascinaції. Просторова близькість. Соціальні аспекти сприйняття іміджу. «Я-концепція» ділової людини як психологічна основа іміджу. Вплив соціальних стереотипів на сприйняття людини. стереотипні ефекти, які необхідно враховувати при формуванні іміджу: ефект первинності, ефект ореолу (гала-ефект), ефект новизни, ефект соціального контексту, ефект бумеранга, ефект повторення.

Тема 6. Технологічні основи формування ділового іміджу.

Принципи іміджування. Принципи самоіміджування. Стратегії формування персонального ділового іміджу. Стратегія універсального іміджу. Стратегія цільового іміджу. Стратегія «креативного вибуху». Етапи створення іміджу ділової людини. Технології іміджування. Технологія створення індивідуального іміджу

Тема 7. Створення візуального іміджу ділової людини.

Принципи корекції особи за допомогою зачіски і макіяжу. Колірний тип зовнішності і підбір колірної гами. Правила корекції фігури за допомогою силуету і кольору. Стильове вирішення образу: особисті переваги і вимоги ділового етикету. Основні стилі одягу: класичний, спортивний, повсякденний, романтичний, авангардний, фольклорний. Принципи формування ділового гардероба.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви тематичних розділів і тем	Кількість годин							
	денна форма				заочна форма			
	усьо го	у тому числі			усьо го	у тому числі		
		л	пр.	сам. роб.		л	пр.	сам. роб.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Розділ 1. Теоретико-методичні основи іміджу								
Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу	18	4	2	12	18	2	-	16
Тема 2. Типізація іміджу	18	4	2	12	18	2	-	16
Тема 3. Імідж як міфологічний архетип	18	4	2	12	14	-	-	14
Тема 4. Іміджмейкерство та його особливості	18	4	2	12	18	-	2	16
Разом за розділом 1	72	16	8	48	68	4	2	62
Розділ 2. Формування ділового іміджу								
Тема 5. Психологічні основи формування ділового іміджу	14	2	-	12	14	-	-	14
Тема 6. Технологічні основи формування ділового іміджу	14	2	-	12	16	-	2	14
Тема 7. Створення візуального іміджу ділової людини	20	2	2	16	22	2	2	18
Разом за розділом 2	48	6	2	40	52	2	4	46
Усього годин	120	22	10	88	120	6	6	108

5. Теми лекційних занять

№ теми	Назва теми	Кількість годин
1	Імідж як феномен сучасного світу	4
2	Типізація іміджу	4
3	Імідж як міфологічний архетип	4
4	Іміджмейкерство та його особливості	4
5	Психологічні основи формування ділового іміджу	2
6	Технологічні основи формування ділового іміджу	2
7	Створення візуального іміджу ділової людини	2
Разом		22

6. Теми практичних занять

№ теми	Назва теми	Кількість годин
1	Імідж як феномен сучасного світу	2
2	Типізація іміджу	2
3	Імідж як міфологічний архетип	2
4	Іміджмейкерство та його особливості	2
7	Створення візуального іміджу ділової людини	2
Разом		10

7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кіл-ть годин
1	Імідж як феномен сучасного світу <i>Завдання: Підготувати доповідь та презентацію на тему: «Стиль як основа іміджу».</i>	12
2	Типізація іміджу <i>Завдання: Підготувати доповідь та презентацію на тему: «Стратегії управління особистісним іміджем».</i>	12
3	Імідж як міфологічний архетип	12

	<i>Завдання: Підготувати есе на тему: «Елегантність і харизматичність як результат гармонійності іміджу»</i>	
4	Іміджмейкерство та його особливості <i>Завдання: Підготувати доповідь та презентацію на тему: «Закони «жіночої логіки» у контексті створення іміджобразу».</i> <i>Скласти словник термінів за темами 1-го розділу та підготуватися до термінологічного диктанту</i>	12
5	Психологічні основи формування ділового іміджу <i>Завдання: Підготувати доповідь та презентацію на тему: «Подібність та відмінність у діловому іміджі чоловіка й жінки»</i>	12
6	Технологічні основи формування ділового іміджу. <i>Завдання: Підготувати есе на тему: «Зовнішній вигляд ділової людини відповідно до вимог ділового етикету».</i>	12
7	Створення візуального іміджу ділової людини <i>Завдання: Підготувати доповідь та презентацію на тему: «Імідж ділового чоловіка в сучасному світі».</i> <i>Скласти словник термінів за темами 2-го розділу та підготуватися до термінологічного диктанту</i>	16
Разом		88

8. Види контролю і система накопичення балів

Накопичення балів студентами відбувається у період вивчення дисципліни на підставі проведення викладачем двох основних видів контролю: **поточного** (перевірка рівня засвоєння студентами навчального матеріалу в обсязі певної теми чи окремого розділу) та **підсумкового** (перевірка рівня засвоєння студентами навчального матеріалу по завершенню курсу).

Максимальна кількість балів за результатами поточного контролю складає 60 балів, з яких: 38 балів – за виконання завдання на практичних заняттях; 12 балів – за виконання завдання під час аудиторних занять; 10 балів – за проходження поточного тестування.

Допуск до підсумкового контролю складає 35 балів.

Максимальна кількість балів за результатами підсумкового контролю складає 40 балів, з яких: 10 балів – підсумкове самостійне електронне тестування, 10 балів – виконання практичного завдання та 20 балів – усна відповідь на поставлені питання.

№ з/п	Вид контрольного заходу	Кількість контрольних заходів	Кількість балів за 1 захід	Усього балів
1	Експрес-контроль під час аудиторних занять <i>Термін виконання: під час проведення лекційних занять</i>	4	2	8
2	Термінологічний диктант під час аудиторних занять <i>Термін виконання: під час проведення лекційних занять</i>	2	2	4
3	Підготовка практичного завдання. <i>Термін виконання: у межах підготовки до практичних занять.</i>	2	4	8
4	Підготовка повідомлення, презентація й обговорення самостійного завдання на практичному занятті <i>Термін виконання: у межах підготовки до практичних занять.</i>	4	4	16
5	Написання есе <i>Термін виконання: у межах підготовки до практичних занять</i>	2	5	10
6	Складання словника основних термінів, що визначені програмою курсу (за темами)	2	2	4

		<i>Термін виконання: у межах підготовки до практичних занять</i>			
7		Самостійне проходження електронного тестування за результатами вивчення матеріалу Розділу 1. <i>Термін виконання: упродовж тижня після проведення лекційного заняття з останньої теми Розділу 1.</i>	1	5	5
8		Самостійне проходження електронного тестування за результатами вивчення матеріалу Розділу 2. <i>Термін виконання: упродовж тижня після проведення лекційного заняття з останньої теми Розділу 2.</i>	1	5	5
Усього за поточний контроль			20		60
9	Залік	Підсумкове самостійне електронне тестування за результатами вивчення курсу у повному обсязі. <i>Термін виконання: упродовж екзаменаційно-залікової сесії (не пізніше дня екзамену за розкладом).</i>		10	10
		Практичне завдання <i>Термін виконання: упродовж екзаменаційно-залікової сесії (не пізніше дня екзамену за розкладом).</i>	1	10	20
		Відповідь на поставлені питання для перевірки якості засвоєння матеріалу курсу. <i>Термін виконання: згідно з розкладом екзаменаційно-залікової сесії.</i>		20	10
Усього			21		100

Критерії оцінювання.

Експрес-контроль оцінюється у 2 бали:

- 2 бали нараховуються студентам, які вільно володіють усім навчальним матеріалом, орієнтуються в темі та аргументовано висловлюють свої думки.
- 1 бал отримують студенти, які частково володіють матеріалом та можуть окреслити лише деякі проблеми теми.

Виконання самостійного завдання на практичному занятті оцінюється у 4 бали (2 бали - за підготовку та 2 бали за презентацію).

– 4 бали отримує студент, який самостійно, у повному обсязі виконав завдання, виявив творчий підхід до його виконання та представлення; під час презентації виказав глибоку обізнаність щодо теми завдання, розуміння сутності досліджуваної проблеми: виявив навички взаємодії з аудиторією, запропонував питання для групового обговорення.

– 3 бали отримує студент, який самостійно, у повному обсязі виконав завдання: під час презентації виказав розуміння сутності досліджуваної проблеми: запропонував питання для групового обговорення.

– 2 бали отримує студент, який виконав завдання не в повному обсязі, стереотипно, але принципово правильно; під час презентації виявив не повну обізнаність щодо теми дослідження, але під час обговорення проблемних питань, виявив певну активність, запропонував шляхи пошуку відповідей на проблемні запитання, або виконав завдання у повному обсязі, але не брав участі у презентації результатів.

– 1 бал отримує студент, який виконав завдання не в повному обсязі, з порушенням структури доповіді та/або без презентації; під час виконання завдання припускався певних помилок.

– 0 балів отримує студент, який не виконав завдання або виконав його принципово неправильно. У таких випадках студенту надається одна можливість повторного виконання та презентації завдання, але не пізніше наступного практичного заняття.

Складання словника основних термінів оцінюється у 2 бали:

– 2 бали нараховуються студентам, які не лише склали повний перелік визначених термінів, а й можуть вільно розтлумачити їх зміст.

– 1 бал нараховується студентам, які склали неповний перелік визначених термінів і не можуть їх розтлумачити без конспекту.

Виконання есе оцінюється у 5 балів:

– 5-3 бали отримують студенти, які можуть виокремити з різних джерел основні положення, структурно об'єднати їх, коротко проаналізувати кожне з них та зробити ґрунтовні узагальнюючі висновки;

– 2-1 бал отримують студенти, які в цілому правильно виокремили основні положення кожного з джерел, але не зробили їх відповідного аналізу та узагальнюючих висновків.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		

9. Рекомендована література

Основна

1. Барна Н. Іміджологія : навч. посібник. Київ : Університет «Україна», 2008. 217 с.
2. Голошубова А. О. Іміджологія : навч. посіб. для всіх спец. студ. вищ. навч. закл. Одеса : Вид-во ОНМУ, 2010. 80 с.
3. Діловий етикет. Етика ділового спілкування / укл. І.Афанасьєв. 3-є вид. перероб. та доп. Київ : Альтерпрес, 2003. 368 с.
4. Данильчук Л. А. Основи іміджа и етикета : уч. пособ. для вузов. Киев : Кондор, 2004. 232 с.
5. Коваль А. Ділове спілкування : навч. посібник. Київ : Либідь, 2002. 280 с.
6. Палеха Ю. І. Ділова етика : навч.-метод. посіб. 5-е вид., випр. й доп. Київ : Вид-во Європейського ун-ту, 2004. 309 с.
7. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. Київ : Вид-во Європ. Ун-ту, 2005. 324 с.
8. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин : навч. посіб. Київ : Кондор, 2007. 359 с.

Додаткова

1. Єлізарова, І. А. Стиль ділового успіху : навч посіб. Київ : Кондор, 2007 160 с.
2. Зусін В.Я. Етика та етикет ділового спілкування: навч. посіб. Київ : ЦНЛ, 2005. 224 с.
3. Королько В. Г. Паблік рілейшнз: наукові основи, методика, практика : підручн. Київ : Видавн. дім «Скарби», 2001. 400 с.
4. Кубрак О. В., Зацепин В. И. Етика ділового та повсякденного спілкування. Суми : Університетська книга, 2001. 208 с.
5. Маценко В. Технологія іміджу. Київ : Главник, 2005. 96 с.
6. Стоян Т. А. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена: навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 231 с.
7. Хомуленко Т.Б., Падафет Ю.Г., Скориніна О.В. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу : монографія. Харків : ВД "Інжек", 2005. 272 с.
8. Чебикін О.Я., Ковальова О.О. Психологічні особливості формування основ професійного іміджу Одеса, 2009. 223 с.

9. Хавкіна Л. М. Іміджелогія : навчально-методичний посібник. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 64 с.
10. Етика ділового спілкування : навч. посібник / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка. 3-те вид., стереотип. Київ : Вікар, 2003. 223 с.

Інформаційні ресурси:

1. Етика ділових відносин : навч. посіб. / О. Й. Лесько та ін. Вінниця : ВНТУ, 2011. 309 с.
URL:http://zvptu.zt.ua/cpk/wp-content/uploads/2019/12/orientyry_etyky_dilovyh_vidnosyn.pdf.
2. Іміджелогія: Навч.-метод. матеріали до курсу занять / Уклад.: Ю. Є. Петрухно. Харків: ХДАК., 2003. URL: http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/7368/1/Petruhno_Imigelogiy_2003.pdf.
3. Калениченко Р.А. Психологія іміджу: навч. посіб. Київ: КиМУ, 2008. 102 с. URL: http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1636/1/1554_IR.PDF.
4. Прищак М. Д., Лесько О.Й. Етика та психологія ділових відносин. URL: https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/icgn/12lesko_etika_ta_psihologiya_dilovih_vidnosin/index.html.
5. Яковенко Р. В. Етика та психологія ділового спілкування : конспект лекцій. Кіровоград : КІРУЕ, 2002. URL: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/6426/1/EtiqKonspl.PDF>.

Погоджено Ольга Лещинська О.В.

навчальний відділ

« 31 » серпня 2020 р.