**ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЗАЛІКУ З ДИСЦИПЛІНИ**

1. Іміджологія як особлива галузь гуманітарних знань. Зв’язок іміджології з психологією, соціологією, конфліктологією, маркетингом, політологією, менеджментом, риторикою, семіотикою, теорією та практикою соціальних комунікацій.
2. Науково-методологічна та філософська бази іміджології. Теоретична та прикладна іміджології.
3. Імідж як знакова система. Семіотичні моделі візуальної комунікації: модель Р. Барта, модель У. Еко, модель П. Флоренського, модель Р. Якобсона, модель Ю. Лотмана.
4. Імідж як історична та структурна константа комунікаційного простору суспільства.
5. Імідж у рекламі, політиці, бізнесі та мистецтві.
6. Розвиток іміджології в Україні.
7. Основні підходи до визначення поняття “імідж”.
8. Співвідношення понять *імідж*, *образ*, *ідеал*, *маска*, *стереотип*, *репутація, статус, престиж*.
9. Види іміджів. Проблема класифікації іміджу.
10. Біологічний, комунікативний, соціальний, міфологічний, професійний та контекстний компоненти іміджу.
11. Функції іміджу.
12. Іміджмейкінг як особлива практична галузь іміджології. Основні підходи до розуміння поняття “іміджмейкінг”.
13. Іміджмейкінг як комунікаційна технологія та система. Складові іміджмейкінгу (концепція О. Панасюка).
14. Специфіка професії іміджмейкера. Професійні орієнтири іміджмейкера.
15. Діяльність іміджмейкера та психологія сприйняття образу. Типологія соціальної перцепції.
16. Формування іміджу як створення соціальної реальності у людській свідомості. Поняття *громадська думка* та *суспільна свідомість*.
17. Перцептивне спілкування. Соціальні стереотипи й аттітюди (установки) у процесі іміджування.
18. Соціально-психологічні феномени трансляції й сприйняття іміджу: інтуїція, хіндсайт, соціальні очікування, фундаментальна помилка атрибуції, установка, переконання, оцінка.
19. Психологія впливу та іміджування.
20. Соціально-психологічний інструментарій іміджування та його вплив на аудиторію.
21. Позиціювання, маніпулювання, міфологізація як основні інструменти впливу на аудиторію.
22. Емоціоналізація, вербалізація, візуалізація як основні прийоми іміджування.
23. Деталізація та метафоризація іміджу у соціальному просторі.
24. Нейролінгвістичне програмування у процесі створення іміджу публічної персони.
25. Принципи психологічного проектування іміджу – принципи цілісності та заданості.
26. Іміджування – технологія корекційно-виховного впливу.
27. Групова та індивідуальна форми іміджування. Принципи роботи сучасних імідж-центрів.
28. Базова модель технології іміджування та її складові.
29. Поняття *Я-концепції,* її місце у технології іміджування.
30. Структура Я-концепції особистості.
31. Образ фізичного Я у структурі Я-коцепції. Поняття *схема тіла* та *образ тіла*. Робота іміджмейкера з тілесністю клієнта.
32. Самооцінка людини та її роль у формуванні позитивного іміджу.
33. Самопрезентація як основний соціально-психологічний метод подання іміджу.
34. Теоретичні основи самопрезентації. Концепція самопрезентації Ервіна Гофмана у праці “Presentation of Self in Everyday Life” (1959).
35. Самопрезентація у системі соціальної взаємодії.
36. Стратегії та тактики самопрезентації іміджу. Чинники, що впливають на ефективність самопрезентації.
37. Основні мотиваційні моделі самопрезентації.
38. Структура технології самопрезентації: розробка Я-концепції (візуалізація образу, комунікативна механіка, вербальний ефект, технологія флюїдного сяяння)
39. Структура технології самопрезентації: аналіз та врахування потреб конкретного середовища й аудиторії.
40. Структура технології самопрезентації: аналіз контексту; створення message-інформації про особу.
41. Індивідуальний імідж в іміджології та соціальному просторі. Поняття *людина*, *індивід*, *індивідуальність, особа, особистість.*
42. Особистість як джерело іміджевої інформації. Типології особистості та техніки іміджування.
43. Особистий та публічний імідж: єдність, взаємозв’язок, специфіка.
44. Структура індивідуального (персонального) іміджу та його динамічна модель.
45. Зовнішній та внутрішній іміджі людини.
46. Імідж як продукт соціалізації людини. Етапи формування іміджу особистості.
47. Складові зовнішності людини. Біологічні та соціальні ознаки особистості як першоджерела формування іміджу та стилю.
48. Габітарний компонент особистісного (персонального) іміджу: фізичний образ людини (тілесність, врода), кінетика, костюм.
49. Конституція (тілобудова) людини як особливий персональний матеріал іміджмейкінгу.
50. Міміка людини. Значення погляду та посмішки у створенні іміджу людини.
51. Обличчя як візуалізація особистості людини. Закони фізіогноміки.
52. Жести, пози та характер дотиків у цілісному сприйнятті іміджу людини.
53. Організація простору та самопрезентація особистості.
54. Основи костюмології. Поняття та значення костюму в іміджології.
55. Історичне становлення костюму. Функції та роль національного костюму у соціокультурному просторі суспільства.
56. Роль одягу та костюму у презентації іміджу людини.
57. Поняття *мода* в іміджології. Основні наукові підходи до моди.
58. Костюмні факти світової моди у різні соціокультурні та історичні епохи.
59. Поняття *стиль* в іміджології. Характеристика класичного, романтичного, фольклорного, спортивного стилю та їх різновидів.
60. Поняття *базовий гардероб* та вимоги до нього.
61. Поняття кольротип людини. Характеристика *сезонної теорії кольору*.
62. Весняний тип зовнішності та рішення індивідуального стилю в одязі.
63. Літній тип зовнішності та рішення індивідуального стилю в одязі.
64. Осінній тип зовнішності та рішення індивідуального стилю в одязі.
65. Зимовий тип зовнішності та рішення індивідуального стилю в одязі.
66. Правила гармонійного поєднання кольорів у костюмі.
67. Габітарний імідж ділової людини: одяг, взуття та аксесуари.
68. Поняття стиль в іміджології. Характеристика класичного, романтичного, фольклорного, спортивного стилю та їх різновидів.
69. Поняття базовий гардероб та вимоги до нього.
70. Поняття кольротип людини. Характеристика сезонної теорії кольору.
71. Весняний тип зовнішності та рішення індивідуального стилю в одязі.
72. Літній тип зовнішності та рішення індивідуального стилю в одязі.
73. Осінній тип зовнішності та рішення індивідуального стилю в одязі.
74. Зимовий тип зовнішності та рішення індивідуального стилю в одязі.
75. Правила гармонійного поєднання кольорів у костюмі.
76. Габітарний імідж ділової людини: одяг, взуття та аксесуари.
77. Вербальний імідж у загальній структурі іміджу особистості. Співвідношення понять “мовний імідж”, “мовленнєвий імідж”, “комунікативний імідж”, “вербальний імідж”.
78. Культура мовлення як визначальна складова вербального іміджу особистості.
79. Етикет спілкування, його значення на формування вербального іміджу персони.
80.
81. Фонетичний (вокалічний, паралінгвістичний) етикет людини та його складові.
82. Кінетичний етикет та імідж персони.
83. Проксемічний етикет та імідж персони.