

КРЕАТИВНОЇ ІМІДЖЕОЛОГІЇ

Викладач: к. філос. н., доц. кафедри соціології Павленко Іва Олександрівна

Кафедра: соціології, 4й корп. ЗНУ, ауд. 309 (3^й поверх)

Email: iva.fsu@gmail.com

Телефон: (061) 289-12-58 (кафедра)

Facebook Messenger: <https://www.facebook.com/iva.pavlenko>

Освітня програма, рівень вищої освіти	Європейські філософські студії; Бакалавр					
Статус дисципліни	Нормативна					
Кредити ECTS	3	Навч. рік	2021-2022 1 семестр	Рік навчання - 4	Тижні	14
Кількість годин	90	Кількість змістових модулів¹	2	Лекційні заняття – 28 год Практичні заняття – 28 год Самостійна робота – 66 год.		
Вид контролю	<i>Екзамен</i>					
Посилання на курс в Moodle	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=4911					
Консультації:	щочетверга, 12.55-14.15 або за домовленістю чи ел. поштою					

ОПИС КУРСУ

Дисципліна являє собою курс лекцій, семінарів, практичних занять, присвячених вивченню історико-методологічних, теоретичних та праксеологічних аспектів креативної іміджеології, становлення іміджеології у світі в історичному та сучасному контекстах. У розрізі сучасних європейських процесів та зміні креативних ідей, вкрай важливо вміти лобювати ефективними формами самопрезентації, позиціонування суб'єкту, вироблення адаптивного іміджу в умовах європейського демократичного світогляду.

Метою дисципліни є вивчення курсу «Креативної іміджеології»: ознайомити студентів з теоретичними основами розвитку і функціонування іміджеології. Велика увага приділяється освоєнню формування уявлень про теоретичні основи функціонування образних систем у житті людини, навичок свідомого використання іміджевих характеристик у різних сферах життєдіяльності.

Курс викладається із застосуванням таких методів: традиційні та інтерактивні лекції, семінарські та практичні заняття (тренінги, симуляції), робота в проектних групах, репродуктивні, пояснювально-ілюстративні, проблемно-пошукові, порівняльні, дослідницькі методи.

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

У разі успішного завершення курсу студент зможе:

1. Застосовувати імідж-знання при вибудові міжособистісних і ділових відносин.
2. Володіти техніками побудови і управління іміджем.
3. Захищати позитивний імідж спільноти (держави тощо).
4. Формувати діловий образ, обирати моделі поведінки.
5. Використовувати набуті знання на практиці.

Загальні компетентності:

Здатність до креативної рефлексії, відкритість до інноваційних ідей і готовність до змін думок в світлі наявних даних та аргументів.

¹ 1 змістовий модуль = 15 годин (0,5 кредита ECTS). Детальна формула розрахунку – в рекомендаціях.



Спеціальні компетентності:

Здатність адаптувати філософські ідеї та смисли до соціально-проектної реалізації у культурних практиках і креативних індустріях.

Результати навчання:

Вміти адаптувати філософські ідеї та смисли для соціально-проектної реалізації в масових культурних практиках і креативних індустріях.

ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ

Презентації лекцій, плани семінарських занять, методичні рекомендації до виконання індивідуальних дослідницьких завдань та групових творчих проектів розміщені на платформі Moodle: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=4911>

КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ

Поточні контрольні заходи (тах 60 балів):

Поточний контроль передбачає такі **теоретичні** завдання:

- Усне опитування і обговорення вітчизняної та іншомовної наукової і професійної літератури в галузі соціології рекламного впливу (статті, презентації, тези, книги українською та англійською мовами).
- Короткі тести/контрольні роботи за пройденим матеріалом.

Поточний контроль передбачає такі **практичні** завдання:

- Захист опорних конспектів, звітів та оглядів.
- Виконання індивідуальних завдань та самостійної роботи студента.
- Розв'язання практичних ситуацій (кейсів).
- Презентація власних досліджень.

Підсумкові контрольні заходи (тах 40 балів):

Теоретичний підсумковий контроль – 2 тести по 10 балів кожен (за 1й і 2й півсеместри, проводиться онлайн на платформі Moodle).

Підсумкове практичне завдання (фінальний проект) – підготовка і презентація власного дослідження із обраним кейсом (проблемою).

Вимоги до фінального проекту: обсяг – 2 сторінки А4. Times New Roman, 14 pt, 1,5 інтервал. Презентація і обговорення Master Thesis Proposal відбуватиметься на двох останніх заняттях. Презентації мають бути підготовлені в Power Point або Prezi форматах, до 10 слайдів.

Критерії оцінювання фінального проекту:

1) завдання виконано у повному обсязі, без стилістичних, орфографічних і граматичних помилок, використана професійна лексика, словниковий запас різноманітний і релевантний, презентація відповідає змісту проекту, логічно ілюструє його – 20-15 балів; 2) завдання виконано частково, з лексичними, орфографічними і граматичними помилками, презентація не відображає зміст проекту в повному обсязі, частково ілюструє його – 14-8 балів; 3) завдання виконано з великою кількістю помилок, словниковий запас одноманітний, презентація або не відповідає змісту проекту, або взагалі відсутня – 0-7 балів.

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)		

Контрольний захід		Термін виконання	% від загальної оцінки
Поточний контроль (max 60%)			
Змістовий модуль 1	Вид теоретичного завдання: вивчення базових модулів іміджеології як соціальної технології	тиждень 2	5%
	Вид практичного завдання: інтерактивні методи роботи в групах (мозковий штурм, дискусії)	тиждень 3	10%
	Вид теоретичного завдання: розгляд сутності та основних характеристик іміджеології	тиждень 4	5%
	Вид практичного завдання: розгорнуті бесіди, вирішення практичних ситуацій	тиждень 5	10%
Змістовий модуль 2	Вид теоретичного завдання: вивчення особливостей розвитку феномена іміджу в історії науки і культури	тиждень 7	5%
	Вид практичного завдання: робота з нормативно-правовими джерелами	тиждень 8	10%
	Вид теоретичного завдання: розгляд системи маніпулятивних технологій впливу на масову свідомість задля розвитку критичного мислення, підвищення етичної складової власної роботи	тиждень 9	5%
	Вид практичного завдання: написати summary (чернетку) до індивідуального навчально-дослідницького завдання	тиждень 10	10%
Підсумковий контроль (max 40%)			
Підсумкове теоретичне завдання: <i>тести (на Moodle)</i>		тиждень 11	20%
Підсумкове практичне завдання: публічна презентація власного наукового дослідження		тиждень 12	20%
Разом			100%

РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Тиждень і вид заняття	Тема заняття	Контрольне завдання	Кількість балів
Змістовий модуль 1.			
Тиждень 1 Лекція 1	Імідж як історико-культурний феномен, складова цивілізації		
Тиждень 1	Актуальність теми іміджу в	Написання реферату за обраною	3

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ
Силабус навчальної дисципліни



Семінар 1	епохи мозаїчної культури, масових комунікацій, конкуренції та розвитку ринкових відносин	темою. Робота з першоджерелами. Підготовка доповіді	
Тиждень 2 Лекція 2	Класифікації типів людини у соціоантропогенезі та у психологічних школах. Зовнішні та внутрішні параметри типологій.		
Тиждень 2 Семінар 2	НЛП про системи людської репрезентації. Пріоритетність візуального сприйняття світу.	Написання реферату за обраною темою. Робота з першоджерелами. Підготовка доповіді	3
Тиждень 3 Лекція 3	Структури візуального сприйняття: колористика, форма, розмір, рух, характеристики поверхні, проксеміка.		
Тиждень 3 Семінар 3	Огляд типів іміджу: особистісний (ментальний, індивідуальний, професійний, габітарний, речовий, середовищний, вербальний, невербальний), корпоративний, державний, стиль (образ) життя.	Скласти таблицю «Огляд факторів, формуючих імідж, сучасних сфер публічного іміджмейкерства: політика, бізнес, маскультура, ЗМІ, приватне життя» Робота з першоджерелами. Підготовка доповіді	3
Тиждень 4 Лекція 4	Філософсько-психологічні аспекти споглядання як осягнення буття.		
Тиждень 4 Семінар 4	Складові особистісного іміджу.	Робота з першоджерелами, аналіз категоріально – понятійного апарату. Підготовка доповіді	3
Тиждень 5 Лекція 5	Гендерні аспекти іміджу		
Тиждень 5 Семінар 5	„Я” – концепція в іміджелогії.	Написати есе за обраною темою. Робота з першоджерелами, аналіз категоріально – понятійного апарату. Підготовка доповіді	3
Тиждень 6 Лекція 6	Протиріччя між вимірами „я”. Феномен самопізнання.		
Тиждень 6 Семінар 6	Прикладні засоби самопізнання: тестування, візуально-технічні пристрої для самодіагностики голосу, зовнішності, кінесики, опитування оточення.	Розробити шляхи виявлення маніпулятивних прийомів, пропаганди, порушення етичних норм у сучасному світі. Робота з першоджерелами. Підготовка доповіді	3
Тиждень 7 Лекція 7	Проблема емоційної залежності від думки оточення про себе. Знаки іміджу: позитивний чи		

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ
Силабус навчальної дисципліни



	негативний.		
Тиждень 7 Семінар 7	Поняття і складові габітарного іміджу: кінесика, колористика, одяг, стиль, проксеміка.	Написати есе за обраною темою. Робота з першоджерелами, аналіз категоріально – понятійного апарату. Підготовка доповіді	3
Змістовий модуль 2.			
Тиждень 8 Лекція 8	Роль репутації в іміджевих характеристиках суб'єкта.		
Тиждень 8 Семінар 8	Роль репутації в іміджевих характеристиках суб'єкта.	Розробити медіа-план. Робота з першоджерелами, аналіз категоріально – понятійного апарату. Підготовка доповіді	3
Тиждень 9 Лекція 9	Мода та етикет у структурі іміджу		
Тиждень 9 Семінар 9	Історія моди та етикету.	Розглянути тенденції розвитку сімейного етикету. Етикет поведінки у суспільних місцях .Сучасний діловий етикет. Робота з першоджерелами. Підготовка доповіді	3
Тиждень 10 Лекція 10	Імідж-стратегії впливу на масову аудиторію.		
Тиждень 10 Семінар 10	Психологія сприйняття імідж-формуючої інформації	Розмежування понять: „група”, „колектив”, „аудиторія”, „натоп”, „маса”, „масовий глядач-слухач-читач”. Робота з першоджерелами, підготовка конспекту	3
Тиждень 11 Лекція 11	Імідж лідера		
Тиждень 11 Семінар 11	Імідж лідера	Термінологічний диктант Робота у групах: «Н.Макіавеллі про „ілюзію мажору” в образі лідера». Підготовка доповіді	3
Тиждень 12 Лекція 12	Коучинг як глибинний інструментарій іміджмейкерства		
Тиждень 12 Семінар 12	Походження, філософія, принципи і задачі коучинга.	Написання реферату за обраною темою. Робота з першоджерелами. Підготовка доповіді	3
Тиждень 13 Лекція 13	Причини виникнення коучинга та особливості його застосування.		
Тиждень 13 Семінар 13	Цільова аудиторія коучингу: коуч для керівників, наради директорів, відділу кадрів, персоналу.	Написати есе за обраною темою. Робота з першоджерелами, аналіз категоріально – понятійного апарату. Підготовка доповіді	3
Тиждень 14 Лекція 14	Використання анкетування, тестування, аналіз		



	артефактів діяльності.		
Тиждень 14 Семинар 14	Моделювання мета-програми. Аналітична робота коучера.	Написати есе за обраною темою. Робота з першоджерелами, аналіз категоріально – понятійного апарату. Підготовка доповіді	3

ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА

1. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція / Ж. Бодріяр ; пер. з фр. В. Ховхун. – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. – 230 с.
2. Наталія Бакуліна, Володимир Фалович. Розвиток креативних індустрій в Україні: аналіз і оцінка. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2019. Вип. 24. С. 24-32.
3. Горчакова В.Г. Имиджология : учеб. для гуманит. вузов / В.Г. Горчакова. - М. : Флинта, 2008.
4. Проскуріна М.О. Креативні індустрії як середовище економічної діяльності. Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 8. 2015. С. 242-245.
5. Ковальчук А. С. Основы имиджологии и делового общения : учеб. пос. / А. С. Ковальчук. – Р/н/Д : Феникс, 2003. – 224 с.
6. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / пер. с англ. И. Кушнарева, под ред. А. Михалева; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. 456 с.
7. Banks, M., Gill, R., & Taylor, S. (2013). Theorizing Cultural Work. Labour, Continuity and Change in the Cultural and Creative Industries. Abingdon: Routledge.
8. Belussi, F., & Sedita, S. (2015). Managing situated creativity in cultural industries. Abingdon: Routledge.

Додаткові:

1. Горин С. Имиджология и репутациология : сходство и отличия / С. Горин // Корпоративная имиджология. – 2007. – № 1. – С. 33.
2. Gibson, C. (2014). Creativity in Peripheral Places. Redefining the Creative Industries. Abingdon: Routledge.
3. Hartley, J., Wen, Wen, & Siling Li, H. (2014). Creative Economy and Culture Challenges, Changes and Futures for the Creative Industries. London: Sage Publications.
4. Karasova, Nataliia. (2019). Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку. Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. 110-120. 10.31866/2616-745x.3.2019.159110.



РЕГУЛЯЦІЯ І ПОЛІТИКИ КУРСУ²

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Інтерактивний характер курсу передбачає обов'язкове відвідування практичних занять. Студенти, які за певних обставин не можуть відвідувати практичні заняття регулярно, мусять впродовж тижня узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять. Окремі пропущені завдання мають бути відпрацьовані на найближчій консультації впродовж тижня після пропуску. Відпрацювання занять здійснюється усно у формі співбесіди за питаннями, визначеними планом заняття. В окремих випадках дозволяється письмове відпрацювання шляхом виконання індивідуального письмового завдання.

Студенти, які станом на початок екзаменаційної сесії мають понад 70% невідпрацьованих пропущених занять, до відпрацювання не допускаються.

Політика академічної доброчесності

Кожний студент зобов'язаний дотримуватися принципів академічної доброчесності. Письмові завдання з використанням часткових або повнотекстових запозичень з інших робіт без зазначення авторства – це *плагіат*. Використання будь-якої інформації (текст, фото, ілюстрації тощо) мають бути правильно процитовані з посиланням на автора! Якщо ви не впевнені, що таке плагіат, фабрикація, фальсифікація, порадьтесь з викладачем. До студентів, у роботах яких буде виявлено списування, плагіат чи інші прояви недоброчесної поведінки можуть бути застосовані різні дисциплінарні заходи (див. посилання на Кодекс академічної доброчесності ЗНУ в додатку до силабусу).

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Будь ласка, вимкніть на беззвучний режим свої мобільні телефони та не користуйтеся ними під час занять. Мобільні телефони відволікають викладача та ваших колег. Під час занять заборонено надсилання текстових повідомлень, прослуховування музики, перевірка електронної пошти, соціальних мереж тощо. Електронні пристрої можна використовувати лише за умови виробничої необхідності в них (за погодженням з викладачем).

Комунікація

Очікується, що студенти перевірятимуть свою електронну пошту і сторінку дисципліни в Moodle та реагуватимуть своєчасно. Всі робочі оголошення можуть надсилатися через старосту, на електронну на пошту та розміщуватимуться в Moodle. Будь ласка, перевіряйте повідомлення вчасно. Ел. пошта має бути підписана справжнім ім'ям і прізвищем. Адреси типу user123@gmail.com не приймаються!

² Тут зазначається все, що важливо для курсу: наприклад, умови допуску до лабораторій, реактивів тощо. Викладач сам вирішує, що треба знати студенту для успішного проходження курсу!

ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2020-2021 рр.

ГРАФІК НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ 2020-2021 н. р. (посилання на сторінку сайту ЗНУ)

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ. Студенти і викладачі Запорізького національного університету несуть персональну відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених **Кодексом академічної доброчесності ЗНУ**: <https://tinyurl.com/ya6yk4ad>. **Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти** (додається в обов'язковому порядку до письмових кваліфікаційних робіт, виконаних здобувачем, та засвідчується особистим підписом): <https://tinyurl.com/y6wzzlu3>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмій (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до **Положення про організацію та методу проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ**: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається **Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ**: <https://tinyurl.com/y9pkmmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються **Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ**: <https://tinyurl.com/vcde57la>.

НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА. Порядок зарахування результатів навчання, підтверджених сертифікатами, свідоцтвами, іншими документами, здобутими поза основним місцем навчання, регулюється **Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті**: <https://tinyurl.com/y8gbt4xs>.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються **Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ**: <https://tinyurl.com/ycyfws9v>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: **Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ**: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; **Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ**: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога (061)228-15-84 (щоденно з 9 до 21).

ЗАПОБІГАННЯ КОРУПЦІЇ. Уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції (Воронков В. В., 1 корп., 29 каб., тел. +38 (061) 289-14-18).

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь-ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ. **Наукова бібліотека**: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок – п'ятниця з 08.00 до 17.00; субота з 09.00 до 15.00.

ЕЛЕКТРОННЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE): <https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресами:

- для студентів ЗНУ - moodle.znu@gmail.com, Савченко Тетяна Володимирівна
- для студентів Інженерного інституту ЗНУ - alexvask54@gmail.com, Василенко Олексій Володимирович

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу.

Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

Центр інтенсивного вивчення іноземних мов: <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>

Центр німецької мови, партнер Гете-інституту: <https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocnu/nim>

Школа Конфуція (вивчення китайської мови): <http://sites.znu.edu.ua/confucius>