



ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ

Факультет	Образотворчого мистецтва	Рівень вищої освіти	Перший (бакалавр)
Кафедра	Методології крос-культурних практик	Рік навчання	3
Галузь знань	02 Культура і мистецтво	Вид дисципліни	Вибіркова
Спеціальність	022 Дизайн	Семестри	5

ІМІДЖЕЛОГІЯ

Семестр 5 (осінь 2023)

1 Вересня — 14 грудня

Викладач	Батюк Анна Анатоліївна, кандидат наук з державного управління
E-mail	Batiuk1990@gmail.com
Заняття	П'ятниця 13.00-14.35, он-лайн режим конференція за посиланням https://us04web.zoom.us/j/76600712364#success
Консультації	П'ятниця 8-30-10-00
Адреса	к. 203, поверх 2, корпус 3, вул. Мистецтв 11
Телефон	057 706-28-11 (кафедра)

КОМУНІКАЦІЯ З ВИКЛАДАЧЕМ

Поза заняттями офіційним каналом комунікації з викладачем є електронні листи і тільки у робочі дні. Умови листування:

- 1) в *темі* листа обов'язково має бути зазначена назва дисципліни;
- 2) в полі тексту листа позначити, хто звертається — анонімні листи розглядатися не будуть;
- 3) файли підписувати таким чином: *прізвище_завдання*. Розширення: *текст* — *doc, docx, ілюстрації* — *jpeg, pdf*.

Обговорення проблем, пов'язаних із дисципліною, у коридорах академії не припустимі. Консультації з викладачем в стінах академії відбуваються у визначені дні та години. Методичні матеріали для поточних занять викладач надсилає старостам і особисто студентам (на запит) листуванням.

ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна не має обов'язкових передумов для вивчення. Студент отримує повну підтримку при опрацюванні матеріалу вибіркової дисципліни та підготовки її практичної/методичної стратегії. Студент може для ознайомлення запропонувати теми для опрацювання матеріалу, пов'язаного з загальною тематикою курсу.

НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

Підручник:

Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна», 2008.— 217 с.

ПОСИЛАННЯ НА МАТЕРІАЛИ

Додаткові методичні матеріали для поточних занять викладач надсилає старостам і особисто студентам (на запит) листуванням.

НЕОБХІДНЕ ОБЛАДНАННЯ

Блокнот для конспекту, ручка. Комп'ютерна техніка (ноутбук, планшет тощо) з можливістю виходу до мережі Інтернет. Програми, необхідні для виконання завдань: Microsoft Word.

МЕТА Й ЗАВДАННЯ КУРСУ

Метою курсу є забезпечення студентів компетенціями в області побудови іміджу, ознайомити з особливостями діяльності щодо формування позитивного іміджу.

Завдання дисципліни ознайомити студентів із феноменом іміджу, функціональним апаратом цього явища, вникнути у сутність типології, побудувати бачення власного іміджу, дати уявлення про сучасні імідж-технології, які допомагають у створенні публічного образу людини, фірми, організації.

Дисципліна забезпечує інтегровані компетентності: здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі дизайну, або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій і методів дизайну та характеризується комплексністю і невизначеністю умов

Дисципліна забезпечує загальні компетентності:

ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 6. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК 7. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

ЗК 8. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 9. Здатність зберігати та примножувати культурно-мистецькі, екологічні, моральні, 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.

Дисципліна забезпечує спеціалізовані (фахові) компетентності:

СК 11. Здатність досягати успіху в професійній кар'єрі, розробляти та представляти візуальні презентації, портфоліо власних творів, володіти підприємницькими навичками для провадження дизайндіяльності.

Програмні результати:

ПРН 2. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово з професійних питань, формувати різні типи документів професійного спрямування згідно з вимогами культури усного і писемного мовлення.

ПРН 5. Розуміти і сумлінно виконувати свою частину роботи в команді; визначати пріоритети професійної діяльності.

ПРН 6. Усвідомлювати відповідальність за якість виконуваних робіт, забезпечувати виконання завдання на високому професійному рівні.

ПРН 7. Аналізувати, стилізувати, інтерпретувати та трансформувати об'єкти для розроблення художньо-проектних вирішень.

ПРН 8. Оцінювати об'єкт проектування, технологічні процеси в контексті проектного завдання, формувати художньо-проектну концепцію.

ПРН 13. Знати надбання національної та всесвітньої культурномистецької спадщини, розвивати екокультуру засобами дизайну.

ПРН 15. Розуміти українські етнокультурні традиції у стильових вирішеннях об'єктів дизайну, враховувати регіональні особливості етнотдизайну у мистецьких практиках.

ПРН 19. Розробляти та представляти результати роботи у професійному середовищі, розуміти етапи досягнення успіху в професійні кар'єрі, враховувати сучасні тенденції ринку праці, проводити дослідження ринку, обирати відповідну бізнес-модель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у сфері дизайну.

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна спрямована на підготовку бакалаврів до діяльності у зовнішньому середовищі, ознайомлення *студентів* з теоретико-методологічною базою іміджології, історією та основними етапами розвитку іміджу, типологією іміджу, основними функціями іміджу, методами формування, реалізації, корегування іміджу в організації, інструментарієм іміджології, основам іміджмейкінгу.

Дисципліна вивчається протягом одного семестру 3-го курсу (3 кредити ECTS, 90 навчальних години, в тому числі 30 годин — лекційні. Всього курс має 5 тем.
Осінній семестр: 90 годин: 30 — лекції, 60 — самостійні.

ІМІДЖЕЛОГІЯ

Тема 1 Імідж як феномен сучасного світу

Тема 2 Іміджмейкерство та його особливості

Тема 3 Технології управління особистісним іміджем

Тема 4 Побудова ефективного іміджу

Тема 5 Особливості створення ділового іміджу

ФОРМАТ ДИСЦИПЛІНИ

Теми розкриваються шляхом лекційних та семінарських занять. Практична робота виконується самостійно шляхом виконання завдань, направлена на закріплення знань отриманих під час навчання на практиці, закріплення лекційних тем. Зміст самостійної роботи складає пошук додаткової інформації та її аналіз, підготовка усних доповідей за лекційними темами дисципліни в контексті власного наукового дослідження, підготовка контрольної роботи за модулями.

З урахуванням специфіки дистанційного навчання, зорієнтованого на самостійне вивчення студентами навчальної дисципліни, подано теми рефератів та практичні роботи. Підготовка рефератів, виконання практичних завдань і теоретичний лекційний матеріал є основою для написання підсумкової контрольної роботи. Конкретну тему контрольної роботи студент обирає самостійно.

Завданнями самостійної роботи є опрацювання лекційного матеріалу, виконання практичних завдань і підготовка відповідей на питання для самоконтролю з використанням базових термінів.

Метою самостійної роботи є опанування студентами знань із навчальних модулів та використання їх у практичній діяльності.

Самостійна робота виконується з використанням додаткових матеріалів із відповідних літературних джерел.

Під час засвоєння теоретичних знань, написання практичних завдань студенти мають змогу користуватися консультаціями викладача згідно з графіком

ФОРМАТ СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ

Кожна самостійна робота оцінюється за п'ятибальною системою, становлячи сукупність одержаних балів за окремих модулів. Набрану кількість балів за самостійну роботу додають до

загальної суми балів підсумкового тесту з кожного навчального модуля, індивідуальної роботи студента й семестрового контролю знань.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ

Національна	Бали	ECTS	Диференціація А (внутрішня)	Національна	Бали	ECTS
відмінно	90–100	A	A+ 98–100	задовільно	64–74	D
			A 95–97		60–63	E
			A- 90–94	незадовільно	35–59	FX
добре	82–89	B		незадовільно (повторне проходження)	0–34	F
	75–81	C				

ПРАВИЛА ВИКЛАДАЧА

Пропускати заняття без поважних причин недопустимо (причини пропуску мають бути підтверджені). Запізнення на заняття не вітаються. Якщо студент пропустив певну тему, він повинен самостійно відпрацювати її та під час складання заліку відповісти на ключові питання.

ПОЛІТИКА ВІДВІДУВАНOSTІ

Пропускати заняття без поважних причин недопустимо (причини пропуску мають бути підтверджені). Запізнення на заняття не вітаються. Якщо студент пропустив певну тему, він повинен самостійно відпрацювати її та під час складання заліку відповісти на ключові питання.

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

Студенти зобов'язані дотримуватися правил академічної доброчесності (у своїх доповідях, публікації тез, при виконанні контрольної роботи, складанні заліку. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Якщо під час складання заліку помічено, що студент використовує чужі конспекти, роздруковані підручники — студент отримує тільки ті бали, що були зараховані за попередні етапи контролю.

Корисні посилання:

<https://saiup.org.ua/novyny/akademichna-dobrochesnist-shho-v-uchniv-ta-studentiv-na-dumtsi/>

РОЗКЛАД КУРСУ

Тема	Вид заняття	Зміст	Годин	Рубіжний контроль	Деталі
1	лекція	Імідж та його природа. Іміджологія в комплексі наук	2	Модульна контрольна робота № 1. Тестові завдання.	Тестові завдання виконуються самостійно під час заняття. Модульна контрольна робота у вигляді реферату, що захищається усною доповіддю під час заняття.
2	лекція	Типізація іміджу	2		
3	лекція	Поліфункціональність іміджу	2		
4	лекція	Імідж як міфологічний архетип	2		
5	лекція	Іміджмейкинг	2		
6	лекція	Психологічні аспекти створення образу в іміджмейкерстві	2		
7	лекція	Корпоративна культура та її вплив на розвиток організації	2		
8	Лекція	Методи формування, реалізації, корегування іміджу організації	2		
9	Лекція	Анатомія особистісного іміджу	2	Тестові завдання. Модульна контрольна робота № 2.	Тестові завдання виконуються самостійно під час заняття. Модульна контрольна робота у вигляді реферату, що захищається усною доповіддю під
10	Лекція	Психологічні передумови формування ділового іміджу	2		
11	Лекція	Стратегії управління особистісним іміджем	2		
12	Лекція	Технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу	2		

13	Лекція	Створення індивідуального стилю	2		час заняття.
14	Лекція	Особливості створення ділового іміджу	2		
15	Лекція	Особливості створення ділового іміджу	2		

КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ, ЯКІ МАЮТЬ БУТИ СФОРМОВАНІ В РЕЗУЛЬТАТІ ОСВОЄННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Інтегральна компетентність:

Заплановані результати освоєння дисципліни (компетенції)	Програмні результати навчання
<p>ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 6. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК 7. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.</p> <p>ЗК 8. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК 9. Здатність зберігати та примножувати культурно-мистецькі, екологічні, моральні, 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.</p>	<p>ПРН 2. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово з професійних питань, формувати різні типи документів професійного спрямування згідно з вимогами культури усного і писемного мовлення.</p> <p>ПРН 5. Розуміти і сумлінно виконувати свою частину роботи в команді; визначати пріоритети професійної діяльності.</p> <p>ПРН 6. Усвідомлювати відповідальність за якість виконуваних робіт, забезпечувати виконання завдання на високому професійному рівні.</p> <p>ПРН 7. Аналізувати, стилізувати, інтерпретувати та трансформувати об'єкти для розроблення художньо-проектних вирішень.</p> <p>ПРН 8. Оцінювати об'єкт проектування, технологічні процеси в контексті проектного завдання, формувати художньо-проектну концепцію.</p> <p>ПРН 13. Знати надбання національної та всесвітньої культурномистецької спадщини, розвивати екокультуру засобами дизайну.</p> <p>ПРН 15. Розуміти українські етнокультурні традиції у стильових вирішеннях об'єктів дизайну, враховувати регіональні особливості</p>
<p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</p>	

СК 11. Здатність досягати успіху в професійній кар'єрі, розробляти та представляти візуальні презентації, портфоліо власних творів, володіти підприємницькими навичками для провадження дизайндіяльності.	етнодизайну у мистецьких практиках. ПРН 19. Розробляти та представляти результати роботи у професійному середовищі, розуміти етапи досягнення успіху в професійній кар'єрі, враховувати сучасні тенденції ринку праці, проводити дослідження ринку, обирати відповідну бізнес-модель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у сфері дизайну.
---	--

РОЗПОДІЛ БАЛІВ

Тема	Форма звітності	Бали
1	Поточний контроль	0–6
2	Поточний контроль	0–6
3	Поточний контроль	0–6
4	Поточний контроль	0–6
5	Поточний контроль	0–6
Тестові завдання		0-30
Модульна контрольна робота		0-40
Всього балів		100

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Оцінка — «відмінно» (100 балів)

Студент повинен вільно володіти термінологією. Логічно й грамотно виконувати теоретичні завдання, вміти знаходити головне в навчальному матеріалі, швидко орієнтуватися в аудиторному оточенні. Практичні завдання та модульна контрольна робота повинні бути охайними, без грубих помилок (можливе допущення однієї неточності в кожному завданні).

Оцінка — «добре» (80 балів)

Студент повинен вільно володіти термінологією, технічно грамотно виконувати практичні завдання. Робота повинна бути виконана охайно, проте можлива наявність 1–2 помилок, які суттєво не впливають на виконання завдання загалом.

Оцінка — «задовільно» (60 балів)

Студент погано володіє термінологією, допускає змішування понять, не завжди розуміє зміст, не зовсім правильно виконує практичні завдання, проте виконане завдання розкриває конкретну тему дисципліни. Допускається наявність кількох суттєвих помилок, неточностей.

Оцінка — «незадовільно» (40 балів)

Студент виконав завдання не в повному обсязі. Допускає грубі помилки в роботі, не володіє спеціальною термінологією. Виконана робота не досягла поставленої мети, оформлена недбало і з помилками.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Барна Н. В. Іміджмейкерство як різновид мистецької діяльності в аспекті масової культури // Мистецтвознавчі записки.— К.: Міленіум, 2006.— № 10.— 210 с.

2. Барна Н. В. Образне іміджмислення в аспекті мистецької діяльності / Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури.— К.: Міленіум, 2005.— № 15.— 276 с.
3. Басій Н. Ф. (2017) Іміджологія. Методичні вказівки та завдання для практичних занять і самостійної роботи для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня зі спеціальності 061 “Журналістика” за освітньо-професійною програмою “Реклама в бізнесію Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 64 с.
4. Басій Н.Ф. (2021) Напрями дослідження цільових аудиторій формування іміджу закладів вищої освіти. Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, відповід. за вип. : проф. Семак Б.Б. Львів : вид-во Львівського торговельно-економічного університету. - С. 126-127
5. Бондаренко І. С. (2019) Іміджологія в системі гуманітарних знань: соціальнокомунікаційний підхід. Держава та регіони. Вип. 2 (66). С. 92–95.
6. Довга Т. Я. (2017) Імідж і здоров'я: термінологічний словник. Навчальний посібник. Харків: ФОП Озеров Г. В. 72 с
7. Пашкевич М. С., Фінагіна О. В. (2017) Формування позитивного іміджу територій як базис розвитку ділового середовища регіонів країни. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. №4 (40). С. 74–78.
8. Тимошенко, Н. Є., Кирилюк О.В. (2017) Складові формування професійного іміджу майбутнього соціального працівника: зб. наук. праць. Київ, 199 с.
9. Шавкун І. Г. (2016) Формування іміджу організації : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент» Запоріжжя. ЗНУ, 111 с.
10. Balmas, M. (2017). Bad news: The changing coverage of national leaders in foreign media of Western democracies. *Mass Communication and Society*, 20(5), 663–685 p.
11. Balmas, M. (2018). Tell me who is your leader, and I will tell you who you are: Foreign leaders' perceived personality and public attitudes toward their countries and citizenry. *American Journal of Political Science*, 62(2), 499–514 p.
12. Diana Ingenhoff, Susanne Kleina (2018) Political Leader's Image in Public Diplomacy and Nation Branding: The Impact of Competence, Charisma, Integrity, and Gender *International Journal of Communication* 12 4507–4532 p.

ДОПОМІЖНА ЛІТЕРАТУРА:

1. Афанасьев И. (1998) Деловой этикет. К.: Альтерпресс. 1998. 320 с.
2. Барна Н. В. (2005) Образне іміджмислення в аспекті мистецької діяльності. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. К.: Міленіум. № 15. 276 с.
3. Барна Н. В. (2006) Іміджмейкерство як різновид мистецької діяльності в аспекті масової культури. Мистецтвознавчі записки. К.: Міленіум. № 10. 210 с.
4. Данильчук Л. А. Основи іміджу та етикету.— К.: Кондор, 2004.— 234 с.
5. Демченко С. (2003) Міф та символ у рекламі та паблік рилейшнз. Біблія і культура: Зб. наук. статей. Вип. 5. Чернівці: Рута. С. 235–239.
6. Демченко С. Міф та символ у рекламі та паблік рилейшнз // Біблія і культура: Зб. наук. статей.— Вип. 5 / За ред. А. Є. Нямцу.— Чернівці: Рута, 2003.— С. 235–239.
7. Зусін В. Я. (2005) Етика и этикет ділового спілкування: Навч. посіб.: 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Центр навч. літератури. 224 с.

8. Зусін В. Я. Етика и етикет ділового спілкування: Навч. посіб.: 2-ге вид., перероб. і доп.— К.: Центр навч. літератури, 2005.— 224 с.
9. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання (2008) / За наук. ред. В. М. Бебика.—К.: Університет «Україна». 217 с.
10. Королько В. Г. (2001) Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика. К.: Видавничий дім «Скарби». 400 с.
11. Королько В. Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика.— К.: Видавничий дім «Скарби», 2001.— 400 с.
12. Палеха Ю. І. (2005) Іміджологія: Навч. посіб. / За заг. ред. З. І. Тимошенко.— К.: Вид-во Європ. Ун-ту. 324 с.
13. Палеха Ю. І. Іміджологія: Навч. посіб. / За заг. ред. З. І. Тимошенко.— К.: Вид-во Європ. Ун-ту, 2005.— 324 с.
14. Пономаренко В. С. (2012) Управління іміджем підприємства: монографія. Вид. ХНЕУ. 240 с.
15. Bruce В. (1992) Images of power. How the image makers shape our leaders. London.