



ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ

Факультет	Аудіовізуального мистецтва та заочного навчання	Рівень вищої освіти	Перший
Кафедра	Кафедра методологій крос-культурних практик	Рік навчання	3
Галузь знань	02 Культура і мистецтво	Вид дисципліни	Вибіркова
Спеціальність	21	Семестри	5

ІМІДЖОЛОГІЯ

Семестр 5 (осінь 2021)
2 вересня — 14 жовтня

Викладач	Батюк Анна Анатоліївна, кандидат наук з державного управління
E-mail	Batiuk1990@gmail.com
Заняття	За розкладом
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.

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: MicrosoftWord.

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.

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 заняття та 60 годин — самостійні). Всього курс має 2 модуль та 5 тем.

Осінній семестр: 24 годин (лекції), 50 — самостійні.

ІМІДЖОЛОГІЯ

Модуль 1. Теоретико_методологічна база іміджології

Тема 1 Імідж як феномен сучасного світу

Тема 2 Іміджмейкерство та його особливості

Модуль 2. Прикладна іміджологія: мистецтво створення образу

Тема 3 Технології управління особистісним іміджем

Тема 4 Побудова ефективного іміджу

Тема 5 Особливості створення ділового іміджу

ФОРМАТ ДИСЦИПЛІНИ

Теми розкриваються шляхом лекційних занять. Практична робота виконується самостійно шляхом виконання завдань, направлена на закріплення знань отриманих під час навчання на практиці, закріплення лекційних тем. Семінарські та практичні заняття непередбачені. 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 окремий модуль. 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

Дата	Те ма	Вид заняття	Зміст	Годин	Рубіжний контроль	Деталі
03.09	1	лекція	Імідж та його природа. Іміджологія в комплексі наук	2	Модульна контрольна робота № 1. Тестові завдання.	Тестові завдання виконуються самостійно. Модульна контрольна робота у вигляді реферату.
10.09	2	лекція	Типізація іміджу	2		
17.09	3	лекція	Поліфункціональність іміджу	2		
24.09		лекція	Імідж як міфологічний архетип	2		
01.10	4	лекція	Іміджмейкинг	2		

08.10	5	лекція	Психологічні аспекти створення образу в іміджмейкерстві	2		
15.10	6	лекція	Корпоративна культура та її вплив на розвиток організації	2		
22.10.	7	Лекція	Методи формування, реалізації, корегування іміджу організації	2		
29.10	8	Лекція	Анатомія особистісного іміджу	2	Тестові завдання. Модульна контрольна робота № 2.	Тестові завдання виконуються самостійно. Модульна контрольна робота у вигляді реферату.
5.11	9	Лекція	Психологічні передумови формування ділового іміджу	2		
12.11	10	Лекція	Стратегії управління особистісним іміджем	2		
19.11	11	Лекція	Технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу	2		
26.11	12	Лекція	Створення індивідуального стилю	2		

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 №1 та № 2		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. Афанасьев И. Деловой этикет.— К.: Альтерпресс.— 1998.— 320 с.
2. Алехина И. В. Имидж и этикет делового человека / И. В. Алехина.— М.: ЭНН, 1996.— 126 с.
1. Барна Н. В. Образне іміджмислення в аспекті мистецької діяльності / Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури.— К.: Міленіум, 2005.— № 15.— 276 с.
2. Барна Н. В. Іміджмейкерство як різновид мистецької діяльності в аспекті масової культури // Мистецтвознавчі записки.— К.: Міленіум, 2006.— № 10.— 210 с.
3. Богданов Е. Н., Зазикін В. Г. Психологічні основи «Паблік рилейшнз».— 2-ге вид.— С Пб., 2003.
4. Браун Л. Имидж — путь к успеху.— С Пб., 1998.— 182 с.
5. Виханский О., Наумов А. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: Учеб.— М., 2005.
6. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и public relations.— Ч. 1.— С Пб., 2001.— 178 с.
7. Джон Ф. Берджес. Основы управления малым бизнесом.— М., 1999.— 143 с.
8. Демин Ю. М. Бизнес PR.— М., 2003.
9. Джонсон Р. 40 упражнений тренинга НЛП.— М., 2000.— 332 с.
10. Зусін В. Я. Етика и этикет ділового спілкування: Навч. посіб.: 2-ге вид., перероб. і доп.— К.: Центр навч. літератури, 2005.— 224 с.
11. Данильчук Л. А. Основы имиджа и этикета.— К.: Кондор, 2004.— 234 с.
12. 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.
13. Дэйвис Ф. Ваш абсолютный имидж.— М.: Внешсигма, 1997.— 320 с.
14. Змановская О. Руководство по управлению имиджем.— С Пб.: Речь, 2005.— 144 с.
15. Ковальчук А. С. Основы имиджологии и делового общения.— Ростов на Дону: Феникс, 2003.— 224 с.
16. Королько В. Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика.— К.: Видавничий дім «Скарби», 2001.— 400 с.
17. Палеха Ю. І. Іміджологія: Навч. посіб. / За заг. ред. З. І. Тимошенко.— К.: Вид-во Європ. Ун-ту, 2005.— 324 с.

18. Панасюк А. Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж.— М.: Дело, 2000.— 240 с.
19. Перельгина Е. Б. Психология имиджа: Учеб. пособ.— М.: Аспект Пресс, 2002.— 223 с.