

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

Кафедра документознавства та книгознавства

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІМІДЖОЛОГІЯ

(шифр і назва навчальної дисципліни)

другий рівень

(назва рівня вищої освіти)

| | |
|----------------------|---|
| галузь знань | 02 Культура та мистецтво (шифр та назва галузі знань) |
| спеціальність | 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа (код і назва спеціальності) |
| кваліфікація | магістр з інформаційної, бібліотечної та архівної справи |

Робоча програма з курсу «Іміджологія»

РОЗРОБЛЕНО І ВНЕСЕНО: Харківська державна академія культури

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри документознавства та книгознавства Протокол від «11» травня 2016 року № 15

Завідувач кафедри документознавства та книгознавства

_____ (Соляник А. А.)

“ ” серпня 2016 року

1. Опис навчальної дисципліни

| Найменування показників | Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень | Характеристика навчальної дисципліни |
|--|--|--------------------------------------|
| Кількість кредитів 4 | Галузь знань 02 Культура та мистецтво (шифр і назва) | Вільного вибору студента |
| | 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа (шифр і назва) | |
| Модулів – 3 | Спеціальність (професійне спрямування): 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа | Рік підготовки: |
| Змістових модулів – 2 | | 2-й |
| Індивідуальне науково-дослідне завдання _____ | | Семестр |
| (назва) | | 3-й |
| Загальна кількість годин - 120 | | Лекції |
| Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента - 4 | Освітньо-кваліфікаційний рівень: магістр з інформаційної, бібліотечної та архівної справи | 32 год. |
| | | Семінарські |
| | | 19 год. |
| | | Практичні |
| | | — |
| | | Самостійна робота |
| | | 69 год. |
| Індивідуальні завдання: | | |
| год. | | |
| Вид контролю: | | |
| залік | | |

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 0,7/1

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

«Іміджологія» — є дисципліною вільного вибору студентів при цільовій підготовці фахівців рівня магістра за спеціальністю «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

Мета: формування у майбутніх фахівців цілісного уявлення щодо особливостей формування позитивного та ефективного іміджу, що базується на знанні психологічних основ іміджування, теоретичних знаннях та практичних навичках самопрезентації у вербальному та невербальному спілкуванні.

Завдання:

- ознайомити студентів з професійною термінологією, сутністю та основами теорії формування особистісного іміджу;
- розкрити форми і методи технології управління особистісним іміджем;
- навчити студентів методам створення ефективного ділового іміджу, інструментам аналізу його ефективності, особливостям реалізації в організації;
- виробити у студентів ряд умінь та навичок застосування набутих знань у практичних сферах своєї діяльності, активізувати особистісний та творчий потенціал майбутнього фахівця.

| Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач | Програмні результати навчання |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> володіння культурою мислення, аналізом, синтезом, узагальненням та систематизацією фактів і теоретичних положень;<input type="checkbox"/> володіння навичками аналізу своєї діяльності та застосування методів когнітивної та емоційної регуляції власної діяльності;<input type="checkbox"/> відбору та застосуванню основних принципів та закономірностей управління особистісним іміджем та іміджем установи;<input type="checkbox"/> проведенню аналізу результативності формування позитивного іміджу. | <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> здатність продемонструвати базовий рівень знання та розуміння основних теоретичних положень іміджології;<input type="checkbox"/> здатність застосовувати отримані знання при вирішенні практичних завдань;<input type="checkbox"/> здатність обирати, використовувати, модифікувати та адаптувати існуючі і створювати нові методики формування позитивного особистісного іміджу та іміджу установи |

У результаті вивчення дисципліни студент повинен:

Знати:

- сутність і основи теорії іміджології, історію її становлення й розвитку;
- типологію та основні функції іміджу;
- форми і методи формування, реалізації, корегування іміджу;
- сутність системного підходу в управлінні іміджуванням;
- принципи корпоративної культури організації, особливості формування ділового іміджу.

Уміти:

- використовувати свої знання в практиці формування та корегування особистісного та корпоративного іміджу;
- використовувати технології самопізнання як основу ефективного іміджування;
- визначати стратегії іміджування у вербальному та невербальному спілкуванні;
- розробляти пропозиції щодо вдосконалення іміджу установи;
- застосовувати PR-технології формування ефективного особистісного та корпоративного іміджу;
- використовувати методики впливу імідж-образу на масову свідомість;
- володіти навичками колористики та стилістики, основами дизайнерського мистецтва.

Мати навички:

- оцінки особистісного іміджу та іміджу установи;
- формування та корегування позитивного іміджу;
- використання технологій самопізнання та психокорекції іміджування;
- оцінки ефективності формування та корегування особистісного іміджу та іміджу установи.

3. Програма навчальної дисципліни**Змістовий модуль 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ІМІДЖОЛОГІЇ**

- Тема 1. Поняття і комунікативна сутність іміджу.
 Тема 2. Типологія іміджу, його базові складові як системи.
 Тема 3. Самопізнання як основа формування іміджу.
 Тема 4. Психологічні основи іміджмейкінгу.
 Тема 5. Імідж як міфологічний архетип.

Змістовий модуль 2. ПРИКЛАДНА ІМІДЖОЛОГІЯ

- Тема 6. Технології створення та управління особистісним іміджем.
 Тема 7. Особливості створення ефективного імідж-образу.
 Тема 8. Технології створення зовнішнього іміджу.
 Тема 9. Іміджування в невербальному спілкуванні.
 Тема 10. Культура просторової організації спілкування.
 Тема 11. Елегантність манер як складова ефективного імідж-образу.
 Тема 12. Самопрезентація у вербальному спілкуванні.
 Тема 13. Ораторська майстерність як складова позитивного іміджу.
 Тема 14. Вербальний етикет в усному службовому спілкуванні та діловому листуванні.
 Тема 15. Методи формування, реалізації, корегування іміджу організації.
 Тема 16. Дизайн офісу як компонент іміджу фірми.
 Тема 17. Ортобіотика як основа ефективного іміджування.

4. Структура навчальної дисципліни

| Назви змістових модулів і тем | Кількість годин | | | | | |
|--|-----------------|--------------|------|-------|-----|------|
| | усього | у тому числі | | | | |
| | | лекц. | сем. | практ | інд | с.р. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Змістовий модуль 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ІМІДЖОЛОГІЇ | | | | | | |
| Тема 1. Іміджологія як наукова дисципліна: предмет, завдання, методи | 8 | 2 | 2 | | | 4 |
| Тема 2. Типологія іміджу, його базові складові як системи | 6 | 2 | | | | 4 |
| Тема 3. Самопізнання як основа формування іміджу | 6 | 2 | | | | 4 |
| Тема 4. Психологічні основи іміджмейкінгу | 6 | 2 | 2 | | | 4 |
| Тема 5. Імідж як міфологічний архетип | 8 | 2 | 2 | | | 4 |
| Тема 6. Технології створення та управління | 8 | 2 | 2 | | | 4 |

| | | | | | | |
|---|-----|----|----|---|---|----|
| особистісним іміджем | | | | | | |
| Тема 7. Особливості створення ефективного імідж-образу | 8 | 2 | 2 | | | 4 |
| Тема 8. Технології створення зовнішнього іміджу | 6 | 2 | | | | 4 |
| Тема 9. Іміджування в невербальному спілкуванні | 6 | 2 | | | | 4 |
| Тема 10. Культура просторової організації спілкування | 8 | 2 | 2 | | | 4 |
| Тема 11. Елегантність манер як складова ефективного імідж-образу | 6 | 2 | | | | 4 |
| Тема 12. Самопрезентація у вербальному спілкуванні | 6 | 2 | | | | 4 |
| Тема 13. Вербальний етикет в усному службовому спілкуванні та діловому листуванні | 9 | 2 | 2 | | | 5 |
| Тема 14. Методи формування, реалізації, корегування іміджу організації | 10 | 2 | 3 | | | 5 |
| Тема 15. Дизайн офісу як компонент іміджу фірми | 7 | 2 | | | | 5 |
| Тема 16. Ортобіютика як основа ефективного іміджування | 10 | 2 | 2 | | | 6 |
| Разом | 120 | 32 | 19 | — | — | 69 |

5. Теми семінарських занять

| № з/п | Назва теми | Кількість годин |
|-------|---|-----------------|
| 1. | Місце іміджології в системі наук | 2 |
| 2. | Поліфункціональність іміджу | 2 |
| 3. | Психологічні аспекти формування та корегування іміджу | 4 |
| 4. | Технології управління особистісним іміджем | 4 |
| 5. | Особливості створення ділового іміджу | 4 |
| 6. | Методи формування та реалізації корпоративного стилю | 3 |
| | Разом | 19 |

6. Теми практичних занять

Не передбачено

7.

8. Теми лабораторних занять

Не передбачено

8. Самостійна робота

| № з/п | Назва теми | Кількість годин |
|-------|--|-----------------|
| 1 | Іміджологія як наукова дисципліна: предмет, завдання, методи | 4 |
| 2 | Типологія іміджу, його базові складові як системи | 4 |
| 3 | Самопізнання як основа формування іміджу | 4 |
| 4 | Психологічні основи іміджмейкінгу | 4 |
| 5 | Імідж як міфологічний архетип | 4 |
| 6 | Технології створення та управління особистісним іміджем | 4 |
| 7 | Особливості створення ефективного імідж-образу | 4 |
| 8 | Технології створення зовнішнього іміджу | 4 |
| 9 | Іміджування в невербальному спілкуванні | 4 |
| 10 | Культура просторової організації спілкування | 4 |
| 11 | Елегантність манер як складова ефективного імідж-образу | 4 |
| 12 | Самопрезентація у вербальному спілкуванні | 4 |
| 13 | Вербальний етикет в усному службовому спілкуванні та діловому листуванні | 5 |
| 14 | Методи формування, реалізації, корегування іміджу організації | 5 |
| 15 | Дизайн офісу як компонент іміджу фірми | 5 |
| 16 | Ортобіютика як основа ефективного іміджування | 6 |
| | Разом | 69 |

9. Індивідуальні завдання

Не передбачено

10. Методи навчання

Методи навчання, що використовуються у процесі лекційних занять:

- тема з елементами пояснення;
- тема-бесіда;
- тема-дискусія;
- ілюстрація наочних матеріалів;
- пояснення

Методи навчання, що використовуються під час практичних занять:

- виконання завдань;
- робота з Інтернет-ресурсами (аналіз);
- самостійна робота.

11. Методи контролю

Підсумковий контроль. Для контролю засвоєння дисципліни навчальним планом передбачено залік. Проведення підсумкової атестації і отримання на ній позитивної оцінки включає: а) оцінку проміжної атестації (результати модуля), б) оцінку відвідування занять і активності аудиторії, а також в) оцінку виконання усіх завдань самостійної роботи.

12. Розподіл балів, які отримують студенти

| | | | | | | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|-------------|--------------|
| T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 | T9 | Залік 20 | Разом 100 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | | |
| T10 | T11 | T12 | T13 | T14 | T15 | T16 | T17 | 0 | | |
| 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | | | |

Шкала оцінювання: національна та ECTS

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ECTS | Оцінка за національною шкалою | |
|--|-------------|--|---|
| | | для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |
| 90 – 100 | A | відмінно | зараховано |
| 82-89 | B | добре | |
| 74-81 | C | задовільно | |
| 64-73 | D | | |
| 60-63 | E | | |
| 35-59 | FX | незадовільно з можливістю повторного складання | не зараховано з можливістю повторного складання |
| 0-34 | F | незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |

13. Методичне забезпечення

| № | Найменування методичного матеріалу | | Наявність у бібл. | Ел. вар. | Код |
|--------------------------------------|---|--|-------------------|-----------------------|-----|
| 1. Тексти та конспекти лекцій | | | | | |
| 1. | Шепель В.М. Имиджология : секреты личного обаяния / В.М. Шепель. — М. : ЛИНКА — ПРЕСС, 1997. — 382 с. | | 1 | | |
| 2. | Почепцов Г.Г. Имиджология : теория и практика / Г.Г. Почепцов. — К., 1998. — 234 с. | | 2 | | |
| 3. | Барна Н.В. Іміджологія : навч. посібн. /Н.В. Барна. — Київ, 2007. — 216 с. | | 2 | | |
| 4. | Бугрим, В. В. Іміджологія / Іміджмейкінг : навч. посіб. / В. Бугрим ; М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. — Київ : Київ. ун-т, 2013. — 255 с. | | 1 2 | | |
| 5. | Палеха, Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха ; Європ. ун-т. — К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2004. — 323 с. | | 1 | | |
| 6. | Холод О.М. Основы имиджологии / О.М. Холод. — Киев, 2002. — 90 с. | | 1 | | |
| 2. Словники, довідники | | | | | |
| | Словарь по имиджологии / Сост. Т. Быстрова. — Режим доступа: http://taby27.ru/studentam_aspirantam | | | Эл. копия в локальной | |

| | | | | |
|--|--|---|-------|--|
| /image_wse/image_glossary.html. — Название с экрана. | | | сети. | |
| Психологічний тлумачний словник / В.Б. Шапар. — Харків : Прапор, 2004. — 640 с. | | 1 | | |
| Панкеев И.А. Энциклопедия этикета / И.А. Панкеев. — Москва : Олма- пресс, 1999. — 480 с. | | 1 | | |

14. Рекомендована література

Базова:

- Алёхина И.В. Имидж и этикет делового человека / И.В. Алёхина. — Москва : ЭНН, 1996. — 126 с.
- Браун Л. Имидж – путь к успеху / Л. Браун. — СПб., 1996. — 182 с.
- Дейвис Ф. Ваш абсолютный имидж. Книга для политиков и бизнесменов, мужчин и женщин / Ф. Дейвис. — М., 1997. — 312 с.
- Джеймс Дж. Эффективный самомаркетинг. Искусство создания положительного образа / Дж. Джеймс. — М., 1998. — 387 с.
- Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение / Б. Джи. — СПб. : Питер, 2000. — 188 с.
- Мотков О.И. Психология самопознания личности / О.И. Мотков. — М., 1993. — 319 с.
- Михальская А.К. Основы риторики. Мысль и слово / А.К. Михальская. — М., 1996. — 314 с.
- Петрушин В.И. Психология менеджмента : учеб. пособ. для колледжей / В. И. Петрушин. — М. : Институт практической психологии, 1996. — 118 с.
- Почепцов Г. Имидж : от фараонов до президентов / Г. Почепцов. — Москва, 1999. — 348 с.
- Почепцов Г. Имиджмейкер. Паблик рилейшнз для политиков и бизнесменов / Г. Почепцов. — Киев, 1995. — 235 с.
- Спиллейн М. Создайте свой имидж / М. Спиллейн. — М., 1999. — 158 с.
- Хьелл Л. Теории личности / Л. Хьелл, Д. Зиглер. — СПб., 1997. — 298 с.
- Честара Дж. Деловой этикет. Паблик рилейшнз / Дж. Честара. — М., 1997. — 336 с.
- Чумиков А.Н. Креативные технологии "паблик рилейшнз" / А.Н. Чумиков. — М., 1998. — 186 с.
- Шепель В.М. Управленческая психология / В.М. Шепель. — Москва, 1989. — 270 с.
- Шепель В.М. Управленческая антропология : человековедческая компетентность менеджера / В. М. Шепель. — Москва, 2000. — 198 с.
- Шепель В.М. Человеческая компетентность менеджера / В.М. Шепель. — М., 1999. — 320 с.

Додаткова:

- Алексеева А.А. Психометрия для менеджеров / А.А. Алексеева, Л.А. Громов. — Л. : Знание, 1992. — 246 с.
- Бороздина Г.В. Психология делового общения : учеб. пособ. / Г.В. Бороздина — М. : ИНФРА — М, 1999. — 224 с.
- Бурдые П. Структура, габитус, практика / П. Бурдые // Журнал социологии и социальной антропологии. — 1998. — Том 1. — № 2. — С 14-18.
- Дубицкая В. Телевидение. Мифотехнологии в электронных средствах массовой информации / В. Дубицкая. — М., 1998.
- Зарецкая Е.Н. Логика речи для менеджера / Е.Н. Зарецкая. — М., 1997. — 124 с.
- Зверинцев А. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR / А. Зверинцева. — СПб., 1997. — 270 с.

- Зимбродо Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбродо, М. Ляйппе. — Питер, 2000. — 314 с.
- Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей / Д. Карнеги. — М., 1995. — 516 с.
- Дорфман Л. Я., Стиль человека: психологический анализ / Л.Я. Дорфман, В.Н. Дружинин, К.М. Коростелина. — М., 1998. — 216 с.
- Ковальчук А.С. Основы имиджологии и делового общения. — Ростов на Дону : Феникс, 2003. — 224 с.
- Кротова Н.В. Управление персоналом : учебник / Н.В. Кротова, Е.В. Клеппер. — Москва : МГУКИ, 2001. — 359 с.
- Кэссон Г. Как завоевать престиж / Г. Кэссон. — Москва, 1998. — 105 с.
- Ланге Н.Н. Психический мир : избр. психологические труды / Н.Н. Ланге. — Москва, 1996. — 356 с.
- Лебон Г. Психология масс / Г. Лебон. — 432 с.
- Мамардашвили М. Необходимость себя / М. Мамардашвили. — М., 1996. — 378 с.
- Маслоу А. Психология бытия / А. Маслоу. — М.– К., 1997. — 212 с.
- Образ жизни : понятие, реальность, проблемы. / ред. Толстых В. И. — М., 1975. — 287 с.
- Оганян Р. Косметика в подробностях / Р. Оганян. — М : ОЛМА-ПРЕСС, 2001. — 160 с.
- Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? / А.Ю. Панасюк. — М., 1998. — 240 с.
- Парнон П. М. Композиция костюма / П.М. Парнон. — М., 1998. — 222 с.
- Прутченков А.С. «Свет мой, зеркальце, скажи...» : методические разработки социально-психологических тренингов / А.С. Прутченков. — М., 1996. — 312 с.
- Рюдигер Маргит. Изысканный макияж / Маргит Рюдигер. — М. : «Кристина и К^о», 1997. — 125 с.
- Садовская В.С. Основы коммуникативной культуры : программа и тренинг / В.С. Садовская, Ю.А. Стрельцов. — М., 2001. — 218 с.
- Соловьев Э. Я. Современный этикет. Деловой протокол / Э.Я. Соловьев. — М., 1998. — 114 с.
- Сорина (Петрова) Е.А. Язык одежды / Е.А. Сорина (Петрова), Н.А. Сорина (Коробцева). — М., 1998. — 248 с.
- Спенсер Кэррол. Выбери свой стиль — для женщин / Кэррол Спенсер. — М. : Изд-во ЭКСМО — Пресс, 2000.— 160 с.

Інформаційні ресурси:

Електронні ресурси НБУВ. – Режим доступу: www.nbu.gov.ua

Теория и практика имиджмейкинга. — Режим доступа:
<http://www.iqlib.ru/book/preview/1FECA4AF6B1E400686D9B6EE6B1DE9DF>

Консолідовані ресурс з іміджології. — Режим доступу:
http://window.edu.ru/resource/043/75043/files/Posobie_Imidgelogy.pdf

Теорія та практика іміджології. — Режим доступу: <http://cnb.uran.ru/userfiles/210268.pdf>

Психологічні засади іміджології. — Режим дооступу:
http://studme.com.ua/122507195947/politologiya/imidzhelogiya_kak_iskusstvo_sozdaniya_obraza_effektivnogo_peregovorschika.htm