

НАВЧАЛЬНИЙ КУРС (Syllabus = ОП + НП + РНПД + розклад + Викладач)		
<i>Група полів</i>	<i>Поле</i>	
Назва	– код у загальноуніверситетському класифікаторі (шифр спец. + рівень освіти {Б/М/А/Д} + шифр дисц. за ОП) + назва за ОП {посилання на місце у <i>Навчальному Плані</i> }	029БВБ13.1 Іміджелогія
Анотація курсу	– перелік тем [питань], що розглядаються у дисципліни	Змістовий модуль 1. Предмет іміджелогії. Іміджелогія як міждисциплінарна галузь знання. Предмет, об’єкт, завдання науки. Вступ. Іміджелогія як міждисциплінарна галузь знань. Предмет, об’єкт і завдання науки Еволюція концепцій іміджелогії Поняття іміджу, його види та функції Змістовий модуль 2. Основи іміджелогії як складова суспільної комунікації Індивідуальний імідж. Імідж сім’ї Імідж держави Імідж лідера. Коучинг Політичний імідж
	– перелік дисциплін, які є передумовою вивчення курсу	PR-технології
	– перелік дисциплін, для яких курс є передумовою	Виконання кваліфікаційної роботи
	– очікуваний результат	Програма вивчення вибіркової навчальної дисципліни «Іміджелогія» формує у майбутнього фахівця здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності. Здатність працювати в команді. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних

груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). Здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації. Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, постійного підвищення рівня інформаційної культури. Здатність здійснювати аналіз та застосовувати різноманітні комунікаційні технології з метою цілеспрямованого впливу (зв'язки з громадськістю, рекламні, іміджеві тощо), а також комплексні комунікаційні технології (кризові, міжкультурні та інтеркультурні). Знати і розуміти наукові засади організації, модернізації та впровадження новітніх технологій в інформаційній, бібліотечній та архівній діяльності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен вміти застосовувати у професійній діяльності технології інформаційного менеджменту, створення і підтримки функціонування електронних бібліотек та архівів, методологію вивчення та задоволення культурних та інформаційних потреб користувачів. Оцінювати результати діяльності та відстоювати прийняті рішення. Використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва. Приймати обґрунтовані управлінські та технологічні рішення. Бути

		відповідальним, забезпечувати ефективну співпрацю в команді.
Місце курсу у НП	– [розподіл по семестрах]	7 семестр
	– обсяг кредитів	3 кредити
	– тижневе навантаження (лекції + практична частина)	1-1
	– форма контролю	Диф. залік
Зміст курсу	– лекційний курс (тема розділу + питання для самост. роботи)	<p>Тема 1. Вступ. Іміджелогія як міждисциплінарна галузь знань. Предмет, об'єкт і завдання науки Іміджелогія: мета, завдання курсу. Імідж як предмет та об'єкт вивчення. Місце категорії імідж у міждисциплінарному науковому дискурсі. Галузі знання, що вивчають різні аспекти формування і функціонування іміджу.</p> <p>Тема 2 Еволюція концепцій іміджелогії Еволюція концепцій іміджелогії: концепцій іміджелогії латентного періоду, періоду ситуаційного розвитку; наукові погляди прихильників інтегрованої концепція іміджелогії. Іміджелогія як теорія природних ієрархій.</p> <p>Тема 3 Поняття іміджу, його види та функції Поняття та сутність іміджу. Форми і функції іміджу. Завдання та функції іміджу в сучасному суспільстві. Імідж у соціокультурному контексті.</p> <p>Тема 4 Індивідуальний імідж Психологічні складові формування індивідуального іміджу, його символіка. Специфіка особистого іміджу в політиці, бізнесі і шоубізнесі. Структура особистого іміджу і засоби його аналізу.</p>

Тема 5 Імідж сім'ї

Поняття «імідж сім'ї». Основні складові іміджу сім'ї. Вплив іміджу на сімейно-шлюбні відносини. Проблематика іміджу сім'ї. Вплив ЗМІ на формування іміджу сім'ї.

Тема 6. Імідж держави

Складові іміджу держави. Значення історичних фактів. Міжнародна репутація і «ярлики» держав у світі. «Легенди» лідерів держав як складова державного іміджу. Символіка, гімн, прапор як обов'язкові складові іміджу країни. Види державного іміджу: внутрішній, зовнішній, культурний, політичний, міжнародний. Причини проблематичного іміджу України: економічна й політична нестабільність, кадровий дефіцит, радянське надбання, постколоніальний синдром.

Тема 7. Імідж лідера. Коучинг

Імідж лідера та його роль в успішному розвитку бізнесу. Необхідні складові особистого іміджу в бізнесі. Цінність символічного ресурсу в бізнесі. Імідж фірми як складова успіху бізнесу. Стратегії формування і підтримки іміджу фірми. Імідж організації і корпоративної політики. Досвід і цінність формування іміджу організації на прикладі провідних корпорацій світового рівня.

Походження, філософія, принципи і задачі коучинга. Причини виникнення коучинга та особливості його застосування.

		<p>Тема 8. Політичний імідж Специфіка формування і функціонування іміджу в політиці. Іміджевий чинник у розвитку політичних процесів. Імідж політика й імідж політичного інституту. Поняття віртуалізації політичного процесу. Політична реклама і політичний маркетинг. Інформаційні війни в період передвиборчих кампаній.</p>
	<p>– навчальна література</p>	<p>Базова:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Андреева Г.М. Психологія соціального пізнання. 2-е изд. – К, 2004. – 288с. 2. Афанасьєв І. Діловий етикет. – К.: Альтерпрес, 2008. – 320 с. 3. Барна Н. В. Іміджелогія: навчальний посібник / Н. В. Барна. – К. : Університет «Україна», 1997. – 217 с. 4. Бебик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент / В. М. Бебик. – К. : МАУП, 1996. – 144 с. 5. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: монографія / В. О. Корнієнко, С. Г. Денисюк. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. – 144 с. 6. Палеха Ю. І. Іміджологія / Ю. І. Палеха. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2004. – 324 с. 7. Приходченко Я.В. Іміджелогія. Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. — 49 с. 8. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління / І. Ю. Слісаренко. – К. : МАУП, 2001. – 104 с.

9. Сучасний виборчий PR: навчальний посібник / В. В. Лісничий, В. О. Грищенко, В. М. Іванов та ін. – К. : ВД «Професіонал», 2004. – 384 с.

Допоміжна:

1. Білик Е. Сучасна енциклопедія етикету: 1000 правил і корисних порад/ Елліна Білик, Пер. з рос. Олени Росінської. – Донецьк: БАО, 2005. – 382 с.

2. Галушко В. Діловий протокол та ведення переговорів: Навч. посіб./ В.П. Галушко., – Вінниця: Нова книга, 2002. – 222 с.

3. Гах Й. Етика ділового спілкування: Навчальний посібник/ Йосип Гах, М-во освіти і науки України, Ін-т менеджменту та економіки «Галицька академія». – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 158 с.

4. Желюк Т.Л. Державна служба: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2005. – 576с.

5. Етика ділового спілкування: Курс лекцій/ Міжрегіон. акад.управл. персоналом; Тамара Чмут, Галина Чайка, Микола Лукашевич, Ірина Осечинська. – К.: МАУП, 1999. – 203 с

6. Кубрак О. Етика ділового та повсякденного спілкування: учбовий посібник/ Олег Кубрак,. – 3-те вид., стереотип. – Суми: Університетська книга; К.: ВД «Княгиня Ольга», 2005. - 221 с.

7. Мурашко М.І. Менеджмент персоналу: Навч. посіб., 3-те вид., випр. і доп. – К.: Т-во «Знання» КОО, 2008. – С. 357 - 365.

8. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління: Посібник. – К.: Академвидав, 2003. – С.543-550.

9. Палеха Ю. Ділова етика: учбовий посібник/ Юрій Палеха, Європейський ун-т фінансів, інформ. систем, менеджм. і бізнесу. – К.: Вид-во Європейського ун-ту фінанас., інформ. систем, менеджменту і бізнесу, 2000. - 179 с.
10. Символіка людського тіла: Пер. з фр. / Сузпель, Аннік де. – К.: Вид-во «Знання», 2003. – 566с.
11. Статінова Н. Етика бізнесу: Навчальний посібник/ Н. Статінова, С. Радченко, М-во освіти і науки України, Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К., 2001. – 279 с.
12. Стоян Т. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена: Навчальний посібник/ Тетяна Стоян, М-во освіти і науки України, Київ. економ. ін-т менеджм. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 231 с.
13. Тимошенко Н. Корпоративна культура: Діловий етикет: Навч. посібник. –К.: Знання, 2006. –392с.
14. Чмут Т. Етика ділового спілкування: Навчальний посібник/ Т.К. Чмут, Г.Л. Чайка. – 2-е вид., перероб. і доп. – К.: Вікар, 2002. – 223 с.

Інформаційні ресурси

1. Робоча програма навчальної дисципліни «Іміджологія» для студентів спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». – Полтава, 2020. – 12 с. (Електронна версія в електронній бібліотеці ПолтНТУ).
2. Електронна хрестоматія з дисципліни «Основи іміджології» для студентів напряму підготовки 029

		«Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» / Н.О. Якименко.
Координатори курсу	– ім'я + прізвище координатор {посилання на <i>Profile</i> }	Андрій Нарадько, к.і.н. https://nupp.edu.ua/page/profil-vikladacha-naradko-andriy-valeriyovich.html
	– ім'я + прізвище асистента координатора {посилання на <i>Profile</i> }	
Розклад	– період вивчення (дата початку – дата завершення)	Вересень-грудень 2020
	– тривалість (кількість тижнів)	13
	– тривалість (хв.)	80 хв.
	– аудиторія	Згідно з розкладом
Політика курсу	{посилання на загальні правила допуску та вивчення навчальних курсів на сторінці університету/інституту/факультету} (критерії оцінювання + складові підсумкової оцінки + тощо)	Загальна трудомісткість дисципліни – 100 балів за семестр вивчення. За видами робіт вона розподіляється: 1. Поточний контроль: виступи на практичних заняттях – до 80 балів за семестр вивчення (до 10 балів за кожне заняття: відсутність на занятті без поважної причини або отримання оцінки «незадовільно» – 0 балів, отримання оцінки «задовільно» – 6 бали, «добре» – 8 бали, «відмінно» – 10 балів). Присутність на лекційному занятті та конспектування матеріалу окремо не оцінюється. 2. Підсумковий контроль – 20 балів Підсумковий контроль проводиться у формі тестування. Кількість набраних балів визначається пропорційно кількості правильних відповідей на тестові запитання. Підсумковий контроль здійснюється відповідно до вимог «Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Полтавська політехніка ім. Юрія Кондратюка»,

Рекомендації до вивчення курсу	Загальні настанови та рекомендації щодо вивчення навчального курсу та підготовки до контрольних заходів	Для належного опанування дисципліною «Іміджологія» слід опрацювати базову літературу, знати історію становлення та розвитку іміджології, засвоїти провідні технології формування та підтримки іміджу у різних видах діяльності сучасного суспільства. Особливо ретельно слід зосередитись на набутті практичних навичок із формування іміджу різноманітних аспектах його розвитку. Варто орієнтуватися на опанування професійного інструментарію іміджолога.
Примітки		

- Примітки: 1. **РНЦД** – робоча навчальна програма дисципліни.
2. **ОП** – освітня програма.
3. **НП** – навчальний план.