

ІМІДЖЕЛОГІЯ

Кафедра культурології

Гуманітарно-педагогічний факультет

Лектор	Сидоренко І.Г.
Семестр	2
Освітній ступінь	Магістр
Кількість кредитів ЄКТС	3
Форма контролю	Залік
Аудиторні години	30 (15 год. лекцій, 15 год. практичних)

Загальний опис дисципліни

Слово «імідж» міцно увійшло до нашого побуту, воно вживається в розмовній мові, часто з'являється у пресі. У громадській свідомості все більше закріплюється уявлення про імідж як про певну цінність, від якої залежить успішність діяльності будь-якої організації чи особи. Це поняття активно використовують у засобах масової інформації, у системі маркетингу, реклами і зв'язків із громадськістю. Імідж належить до такої соціальної реальності, як людина, група людей або організація (наприклад, імідж керівника, членів уряду, країни) і результатам їхньої діяльності (поглядам, теоріям тощо). Поняття іміджу має ряд близьких за значеннями слів: думка, рейтинг, репутація, образ, популярність, слава, престиж, авторитет тощо. У побутовій свідомості імідж — це певна цінність, яка репрезентує життєвий успіх, тому часто імідж сприймається як форма соціального замовлення. Про це свідчить спектр пропозицій, що постійно розширюється, починаючи з консультування в галузі іміджу, надання різноманітних послуг у формуванні іміджу (іміджмейкинг), і закінчуючи продажем продуктів, позиційованих як засоби створення відповідного іміджу. Отже, зважаючи на масштаби та специфіку цього ринку, сьогодні можна з повним правом говорити про індустрію іміджу, яка успішно розвивається.

Існує безліч визначень іміджу. Більшість із них засвідчує, що імідж (від лат. *imago*, *imag* — образ) — це образ особи або

речі, який створюється засобами масової інформації, літературою, уявою або самим індивідом, тобто імідж — об'єктивний фактор, який відіграє значну роль в представленні і оцінці будь-якого соціального явища чи процесу.

Курс «Іміджелогія» допоможе студентам ознайомитися з феноменом іміджу, розібратись у сутності, типології, функціональному апараті цього явища, дасть змогу отримати знання про імідж як явище, іміджмейкерство та його особливості, психологічні властивості іміджу, технології управління особистісним іміджем, методи створення ефективного імідж-образу.

Мабутній фахівець буде знати, історію та основні етапи розвитку іміджу, типологію іміджу. основні функції іміджу. особливості імідж-технологій, принципи корпоративної культури в організації, методи формування, реалізації, корегування іміджу, інструментарій іміджелогії, основи іміджмейкінгу, особливості ділового іміджу. Результатом отриманих знань буде вміння створювати особистий імідж, володіння механізмами впливу імідж-образу на масову свідомість, володіння навичками колористики та стилістики, володіння навичками сучасного іміджмейкера зі створення іміджу фірми, корпорації, вміння створити власний імідж.

Теми лекцій:

1. Імідж як феномен сучасного світу.
2. Іміджмейкерство та його особливості.
3. Корпоративна культура та її вплив на розвиток організації.
4. Особистий імідж та основи його формування.
5. Технології управління особистим іміджем.
6. Індивідуальний стиль та особистий імідж. Іміджева символіка.
7. Іміджелогія сфер суспільства
8. Іміджелогія суспільних та громадських структур.

Теми практичних занять:

1. Імідж та його природа. Іміджелогія в комплексі наук.
2. Іміджмейкинг. Керування іміджем. Аспекти створення іміджу в іміджмейкерстві.
3. Методи формування, реалізації та коригування іміджу організації.
4. Основні складові частини особистого іміджу як головного чинника у створенні відносин.
5. Технології управління особистим іміджем.
6. Техніки створення ефективного імідж-образу.
7. Іміджелогія сфер суспільства, громадських та суспільних структур.