**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ**

**І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра культурології

“**ЗАТВЕРДЖУЮ**”

Декан гуманітарно-педагогічного факультету

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ канд.філос.н., доц. **І.М.** **САВИЦЬКА**

“\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2025 р.

“**СХВАЛЕНО**”

на засіданні кафедри культурології

Протокол №5 від «13» травня 2025 р.

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ д. філос.н., проф. **І.З. МАЙДАНЮК**

“**РОЗГЛЯНУТО**”

Гарант ОПП «Журналістика»

\_\_\_\_\_\_ д. філол.н., доц. **С.В. ХАРЧЕНКО**

## РОБОЧА ПРОГРАМА

## НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**«ІМІДЖОЛОГІЯ»**

Галузь знань 06 «Журналістика»

Спеціальність 061 «Журналістика»

Освітня програма «Журналістика»

Гуманітарно-педагогічний факультет

Розробники:д.філос.н., проф. Майданюк І.З., к.філос.н., доц. Сидоренко І.Г.

Київ – 2025

1. **Опис навчальної дисципліни**

«ІМІДЖЕЛОГІЯ»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь** | | |
| Освітній ступінь | *бакалавр* | |
| Спеціальність | *061 журналістика* | |
| Освітня програма | *журналістика* | |
| **Характеристика навчальної дисципліни** | | |
| Вид | Обов'язкова | |
| Загальна кількість годин | 135 | |
| Кількість кредитів ECTS | 4 | |
| Кількість змістових модулів | 3 | |
| Курсовий проект (робота) (за наявності) |  | |
| Форма контролю | *Екзамен* | |
| **Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання** | | |
|  | денна форма навчання | заочна форма навчання |
| Рік підготовки (курс) |  |  |
| Семестр | 7-й |  |
| Лекційні заняття | *30 год.* | *год.* |
| Практичні, семінарські заняття | *30 год.* | *год.* |
| Лабораторні заняття | *год.* | *год.* |
| Самостійна робота | *75 год.* | *год.* |
| Індивідуальні завдання | *год.* | *год.* |
| Кількість тижневих аудиторних  годин для денної форми навчання | 1. *год.* |  |

# 

# **2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

*Метою* курсу є знайомство з основами іміджелогії: історією іміджу, його сучасним трактуванням, типологією, інструментарієм, специфікою у діяльності журналіста, формами реалізації; вивчення теоретичних аспектів самопрезентації для формування загальних і професійних компетентностей.

*Завдання* – навчити студентів будувати власний імідж для вирішення професійних завдань, правильно використовуючи інструментарій і методики іміджелогії, використовувати імідж для вміння працювати і оптимально спілкуватися з людьми, вирішувати конфліктні ситуації і сприяти їх запобіганню, повніше реалізовувати свої здібності і таланти в життєдіяльності.

*Набуття компетентностей:*

*інтегральна компетентність ( ІК)* : здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.

*загальні компетентності (ЗК):*

ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК07. Здатність працювати в команді.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК09. 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.

ЗК10. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, 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.

ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.

*спеціальні (предметні) компетентності (СК):*

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

***Програмнi результати навчання (ПРН):***

ПР10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.

ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов’язкових джерел інформації.

# **3. Програма та структура навчальної дисципліни для:**

**–** повного терміну денної форми навчання

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Назви змістових модулів і тем | Кількість годин | | | | | | | | | | | | |
| денна форма | | | | | | | Заочна форма | | | | | |
| тижні | усього | у тому числі | | | | | усього | у тому числі | | | | |
| л | п | лаб | інд | с.р. | л | п | лаб | інд | с.р. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| Змістовий модуль 1. | | | | | | | | | | | | | |
| **Тема 1.** Іміджелогія як наука і  практична діяльність | 1-2 |  | 4 | 4 |  |  | 4 |  |  |  |  |  |  |
| **Тема 2.** Вербальні засоби та технології формування іміджу | 3-4 |  | 4 | 4 |  |  | 12 |  |  |  |  |  |  |
| **Тема 3.**  Невербальні засоби та технології формування іміджу | 5-6 |  | 4 | 4 |  |  | 12 |  |  |  |  |  |  |
| Разом за змістовим модулем 1 | 52 | | 12 | 12 |  |  | 28 |  |  |  |  |  |  |
| Змістовий модуль 2. | | | | | | | | | | | | | |
| **Тема 4.** Технології побудови іміджу персони | 7-8 |  | 4 | 4 |  |  | 12 |  |  |  |  |  |  |
| **Тема 5.** Проектні технології формування іміджу професії | 9-10 |  | 4 | 4 |  |  | 12 |  |  |  |  |  |  |
| Разом за змістовим модулем 2 | 40 |  | 8 | 8 |  |  | 24 |  |  |  |  |  |  |
| Змістовний модуль 3. | | | | | | | | | | | | | |
| **Тема 6.** Етичні та правові аспекти застосування технологій формування іміджу | 11-12 |  | 4 | 4 |  |  | 10 |  |  |  |  |  |  |
| **Тема 7.** Практичні аспекти технологій формування іміджу | 13-15 |  | 6 | 6 |  |  | 13 |  |  |  |  |  |  |
| Разом за змістовим модулем 2 | 43 | | 10 | 10 |  |  | 23 |  |  |  |  |  |  |
| Усього годин | 135 | | 30 | 30 |  |  | 75 |  |  |  |  |  |  |

# 

# **4. Теми практичних занять**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва теми | Кількість  годин |
| 1 | Іміджелогія як наука і практична діяльність | 4 |
| 2 | Вербальні засоби та технології формування іміджу | 4 |
| 3 | Невербальні засоби та технології формування іміджу | 4 |
| 4 | Технології побудови іміджу персони | 4 |
| 5. | Проєктні технології формування іміджу організації | 4 |
| 6. | Етичні та правові аспекти застосування технологій формування іміджу | 6 |
| 7. | Практичні аспекти технологій формування іміджу | 4 |

# **5. Зразки контрольних питань , тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами**

1. Імідж в структурі світу.
2. Типи і управління іміджем.
3. Стратегія управління корпоративною інформацією на основі сучасних комунікативних технологій.
4. Роль в іміджелогії масової психології.
5. Перехід від іміджу до міфу, процеси зіткнення міфів.
6. Позиціонування як інструмент іміджевої комунікації.
7. Маніпулювання як спосіб комунікативного впливу.
8. Емоціоналізація як складова комунікативного впливу.
9. Візуалізація як важлива особливість іміджелогії.
10. Імідж бізнесу.
11. **Імідж є:**
12. моделлю поведінки
13. рекламою
14. засобом самовираження
15. демонстрацією намірів
16. **Метою іміджу є:**
17. Отримання визнання аудиторії
18. Отримання очікуваного результату
19. Можливість самовираження
20. Можливість самоствердження
21. **Соціальна група, для якої створюється імідж, це:**
22. Реципієнт іміджу
23. Аудиторія іміджу
24. Суб’єкт іміджу
25. Соціум
26. **Тип іміджу, що відображає наш ідеал:**
27. Бажаний
28. Дійсний
29. Дзеркальний
30. Особистісний
31. **Зовнішні складові іміджу, це:**
32. Зачіска
33. Інтелект
34. Хобі
35. Голос

**6. Методи навчання:**

лекції (вступні, тематичні, підсумкові, лекції-практикуми, лекції-диспути тощо), практичні заняття (у формі діалогу, тренінгів, ділової гри, конференцій тощо), консультації (колективні, індивідуальні, групові).

**7. Форми контролю:**

різні форми поточного та підсумкового контролю (тестування, виконання практичних завдань, розв’язування культурологічних задач, написання рефератів, усні та письмові опитування, екзамен).

**8. Розподіл балів, які отримують студенти**

Оцінювання студента відбувається згідно з положенням «Про екзамени та заліки у НУБіП України», затвердженим Вченою радою НУБіП України, протокол № 10 від 26 квітня 2023 року

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Рейтинг здобувача  вищої освіти,  бали | Оцінка національна  за результати складання | |
| Екзаменів | Заліків |
| 90-100 балів | Відмінно | Зараховано |
| 74-89 балів | Добре |
| 60-73 бали | Задовільно |
| 0-59 балів | Незадовільно | Не зараховано |

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни **RДИС** (до 100 балів)одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи **RНР** (до 70 балів): **R ДИС  = R НР  + R АТ .**

**9. Рекомендовані джерела інформації**

# ***Основна література***

1. Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. – К.: Університет «Україна», 2018. – 217 с.

2. Бугрим В. В. Іміджелогія/ Іміджмейкінг: навчальний посібник. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. – 250 с.

3. Приходченко Я.В. Іміджелогія: конспект лекцій / Я. В. Приходченко. – Донецьк: Донецький національній університет економіки і торгівлі, 2011. – 49 с.

4. Хавкіна Л. М. Іміджелогія: навчально-методичний посібник / Л. М. Хавкіна. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 64 с.

5. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»] / І.Г. Шавкун, Я.С. Дибчинська. – Запоріжжя : ЗНУ, 2016. – 111 с.

***Додаткова література***

1. Бугрим В. В. Комунікативно-технологічні матриці побудови ефективного іміджу / В.В. Бугрим// Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2017. – Т.28. – С.33-42.

2. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. – 145 с.

3. Фролов П. Д. Теоретико-методологічні аспекти проблеми сприймання особистості політичного лідера / П. Д. Фролов // Наукові студії з соціальної та політичної психології. – К.: Агропромвидав України, 1999. – Вип.1 (4). – С. 199–210.

4. Лісничий В. В., Грищенко В. О. Сучасний виборчий РR: Навч. посібник / В. В. Лісничий, В. О. Грищенко, В. М. Іванов, М. В. Кінах та ін. – Сєвєродонецьк: ЕВРИКА, 2001. – 480 с. – ISBN 966-580-158-9.

5. Лавренко О. Проблеми формування іміджу кандидата в депутати / О. Лавренко // Трибуна: Всеукраїнський громадсько-політичний і теоретичний журнал Товариства «Знання» України і Спілки журналістів України. - 2005. – ғ 7/8. – С. 24–25. – ISSN 0868-8117.

6. Дмитренко С. Політична еліта і політичне лідерство / С. Дмитренко // Політологія: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / За ред. О. В. Бабкіної, В. П. Горбатенка. – К.: Академія, 2003. – С. 528. – ISBN 966-8251-12-1.

***Інформаційні ресурси***

<http://dspace.onu.edu.ua:8080/handle/123456789/28378>

<https://ij.ogo.ua/suzh/imidzh-dilovoyi-lyudini/>

<https://ms.detector.media/how-to/post/20431/2018-01-23-sim-rechey-yaki-varto-robyty-zhurnalistovi-u-feysbuku/>

**ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1.**

**Тема 1. Іміджелогія як наука і практична діяльність**

Проблема іміджу в сучасній науці та бізнесі. Імідж та його природа. Типізація іміджу. Поліфункціональність іміджу. Імідж як міфологічний архетип. Імідж у бізнесі.

**Тема 2. Вербальні засоби та технології формування іміджу**

Вербальні засоби комунікації. Усне мовлення як елемент вербального спілкування. Правила подачі усного мовлення у соціумі.

**Тема 3. Невербальні засоби та технології формування іміджу**

Невербальні засоби комунікації. Міміка та жести. Позитивні жести. Негативні жести. Імідж як символ. Структура іміджу як знаку.

**ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2.**

**Тема 4. Технології побудови іміджу персони**

Самопрезентація як технологія індивідуального іміджу. Візуалазація іміджу персони. Методи у застосуванні індивідуального іміджу.

**Тема 5.** **Проектні технології формування іміджу організації**

Імідж організації. Приклади. Іміджеві ресурси. Стратегія моделювання образу кампанії.

**ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 3.**

**Тема 6. Етичні та правові аспекти застосування технологій формування іміджу**

Іміджмейкер: поняття, роль, функції. Етичні аспекти формування негативного та позитивного іміджу. Методи роботи іміджмейкера.

**Тема 7. Практичні аспекти технологій формування іміджу**

Процес сприйняття: сутність та функції. Цілі використання формування іміджу. Зовнішність: мета та сприйнятт. Правило чотирьох секунд. Колір та форма: вплив на психічний стан. Поняття тренінгу. Моделі «Цілеспрямований», «Експерт». Усне мовлення: особливості сприйняття. Функціональні та психологічні переваги при вербальному впливі.