

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Економічний факультет
Кафедра соціального забезпечення та управління персоналом

Затверджено
на засіданні кафедри соціального забезпечення
та управління персоналом
економічного факультету
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол № _____ від _____ 2022 р.)

в. о. завідувача кафедри  Наталія ШЕГИНСЬКА

Силабус з навчальної дисципліни
«Іміджеологія»,
що викладається в межах ОПП «Соціальне забезпечення»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
для здобувачів спеціальності 232 «Соціальне забезпечення»

Львів 2022

Назва курсу	Соціальна психологія
--------------------	----------------------

Адреса викладання курсу	м. Львів, вул. проспект Свободи, 18, вул. Менцинського, 8
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Економічний факультет, кафедра соціального забезпечення та управління персоналом
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	23 – Соціальна робота; 232 – Соціальне забезпечення
Викладачі курсу	Кліпкова Оксана Ігорівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри соціального забезпечення та управління персоналом
Контактна інформація викладачів	oksana.klipkova@lnu.edu.ua
Консультації по курсу відбуваються	Консультації в день проведення лекцій/практичних занять (за попередньою домовленістю). Також можливі он-лайн консультації через Zoom та телеграм. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача
Сторінка курсу	
Інформація про дисципліну	Дисципліна «Іміджеологія» є вибірковою дисципліною з спеціальності 232 – «Соціальне забезпечення» для освітньої-професійної програми Бакалавра, яка викладається у 8 (восьмому) семестрі в обсязі 3 (три) кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Коротка анотація дисципліни	Курс розроблено таким чином, щоб сформувати у студентів розуміння ролі та значення іміджу у сфері соціального забезпечення та його впливу на формування авторитету та забезпечення успішного просування в кар'єрі окремого фахівця, а також цілісного уявлення про особливості формування позитивного та ефективного іміджу організації, що базується на знанні психологічних основ іміджування, теоретичних знаннях та практичних навичках самопрезентації у вербальному та невербальному спілкуванні
Мета та цілі курсу	Метою вивчення дисципліни є формування у студентів цілісного й системного розуміння: іміджу як явища; іміджмейкерства та його особливостей як форми сучасних соціальних комунікацій; психологічних властивостей іміджу; методів створення ефективного імідж-образу; технологій формування особистісного, ділового іміджу, іміджу організації, населеного пункту, країни/нації.

<p>Література для вивчення дисципліни</p>	<p>Основна:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сіті-брендинг : навч. посібник / Н. М. Влащенко; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 151 с. 2. Klipkova O. I., Stetsevich A. Імідж підприємства та особливості його формування. Gesellschaftsrechtliche Transformationen von wirtschaftlichen Systemen in den Zeiten der Neo-Industrialisierung. Kornieiev V., Pasichnyk, Yu., Radchenko O., Khodzhaian A. und andere: Collective monograph. Verlag SWG imex GmbH, Nuremberg, Germany, 2020. 715 p. P. 541-552. 3. Борисенко О. С., Шевченко А. В., Фісун Ю. В., Крапко О. М. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник // за заг. ред. О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. – К.: НАУ, 2022. 204 с. <p>Додаткова:</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Паньків Н. Іміджелогія та PR в туризмі: навч.-мет. посібник. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка (2017). 5. Лаврик І. Ф. Методи оцінки іміджу підприємств. Економічні студії. 2021.С. 86. 6. Волкова О. Д., Дергачова В. В. Концепція конкурентоспроможного іміджу підприємства в умовах динамічного розвитку ринку. Бізнес. Інновації. Менеджмент: проблеми та перспективи. 2021. С. 48-49. 7. Коваль, Т. Імідж організації як інструмент підвищення її конкурентоспроможності. Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах війни та післявоєнної відбудови України : матеріали доп. Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнар. участю [Тернопіль, 31 трав. 2022 р.]. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. С. 326-330. 8. Савіна Г. Г., Макаруч Д. С. Сутність управління іміджем організації в сучасних умовах. Вісник Херсонського національного технічного університету. № 1 (76). 2021. 9. Самойленко В. В. Сутність і значення корпоративного іміджу підприємства. Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали XVII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 25 лист. 2022 р. - Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2022. С 568-573. 10. Гюха І. В., Денисюк М. В.. Управління іміджем підприємства. Проблеми управління підприємств у сучасних умовах. 2022. С. 72.
<p>Тривалість курсу</p>	<p>90 год.</p>
<p>Обсяг курсу</p>	<p>56 годин аудиторних занять. З них 28 годин лекцій, 28 години практичних занять та 34 години самостійної роботи</p>
<p>Очікувані результати навчання</p>	<p>Студент повинен знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретико%методологічну базу іміджелогії; - історію та основні етапи розвитку іміджу; - типологію іміджу; - основні функції іміджу; - особливості імідж-технологій в організації; - принципи корпоративної культури в організації; - методи формування, реалізації, корегування іміджу в

	<p>організації;</p> <ul style="list-style-type: none"> - інструментарій іміджології; - основи іміджмейкінгу; - особливості ділового іміджу. <p>Результатом отриманих знань буде вміння:</p> <ul style="list-style-type: none"> - створювати особистий імідж; - володіти механізмами впливу імідж-образу на масову свідомість; - володіти навичками колористики та стилістики; - володіти навичками сучасного іміджмейкера зі створення іміджу фірми, корпорації крізь призму людського фактора.
Ключові слова	Імідж, зв'язки з громадськістю, іміджева культура, імідж-образ
Формат курсу	Очний
	Проведення лекцій, практичних занять та консультації для кращого розуміння тем
Теми	Див. схему курсу
Підсумковий контроль, форма	залік в кінці семестру
Пререквізити	Менеджмент, тайм-менеджмент та міжособистісні комунікації у бізнесі, соціальна психологія, соціологія, лідерство та командна робота
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Презентація, лекції, проєктно-орієнтоване навчання, дискусія, моделювання, виконання письмових завдань.
Необхідне обладнання	Комп'ютери, мультимедійні пристрої
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням:</p> <ul style="list-style-type: none"> - активність на практичному занятті: 25% остаточної оцінки – 50 балів; - усний виступ з промовою, участь у дебатах: 25% остаточної оцінки – 25 балів; - підготовка есе на задану тему: 25% остаточної оцінки – 25 балів. <p>Підсумкова максимальна кількість балів 100 балів.</p> <p>Письмові роботи: Очікується, що студенти виконають декілька видів письмових робіт (есе, конспект доповіді ...).</p> <p>Академічна доброчесність: Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.</p> <p>Відвідання занять та активність у аудиторії є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають</p>

	<p>інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.</p> <p>Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.</p> <p>Політика виставлення балів. Враховуються бали набрані на за виконання письмових робіт, виступах із промовами, участі у дебатах та ін. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.</p> <p>Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.</p>
<p>Питання до заліку чи екзамену.</p>	<p>Питання на залік</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття «імідж» та його природа. 2. Розкрийте поняття «іміджелогія» та «іміджмейкерство». 3. Іміджелогія: предмет та мета курсу. 4. Визначте характерні особливості ділового іміджу. 5. Типи іміджу. 6. Маніпуляція та міфологізація в іміджмейкерстві. 7. Розкрийте найхарактерніші складові частини імідж-образу. 8. Основні функції іміджу. 9. Імідж як міфологічний архетип. 10. Іміджмейкінг та його цілі. 11. Психологічні особливості створення іміджу. 12. Анатомія особистісного іміджу. 13. Кольори як одна з важливих складових частин імідже% вої символіки. 14. Охарактеризуйте об'єкти іміджування за дослідженнями Г. Почепцова. 15. Корпоративна культура та її особливості. 16. Характерні показники іміджу організації. 17. Види стилю. 18. Тренінгові програми як основа корпоративного іміджу. 19. Стиль як основа іміджу. 20. Психологічні особливості у створенні ділового іміджу. 21. Глибинні характеристики іміджу. 22. Аксесуари як одна зі складових частин іміджу ділової людини. 23. Подібність та відмінність у діловому іміджі чоловіка й жінки. 24. Закони «жіночої логіки» у контексті створення імідж-образу. 25. Стратегії управління особистісним іміджем. 26. Національний імідж України.

	<p>27. Самомоніторинг та його цілі.</p> <p>28. Техніки створення яскравого імідж-образу.</p> <p>29. Габітарний імідж та його особливості.</p> <p>30. Мода крізь призму створення образу.</p> <p>31. Індивідуальний стиль.</p> <p>32. Наймінг.</p> <p>33. Етикет ділових взаємовідносин.</p> <p>34. Дизайн офісу як компонент іміджу фірми.</p> <p>35. Внутрішній PR фірми та його особливості.</p> <p>36. Символи при створенні іміджу.</p> <p>37. Костюм ділової людини: основні вимоги.</p> <p>38. Співвідношення кольорів у чоловічому одязі.</p> <p>39. Імідж ділової жінки в сучасному світі.</p> <p>40. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду жінки.</p> <p>41. Імідж ділового чоловіка в сучасному світі.</p> <p>42. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду чоловіка.</p>
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.

Схема курсу

Тиждень	Теми	Форма заняття	Література	Завдання	Термін виконання
	1. Імідж як феномен сучасної культури.	2 год. л. / 2 год. пр. / 4 год. с.р.	[1; 2; 3; 4]	Доповіді, тестовий контроль	День заняття
	2. Іміджмейкінг та його особливості	2 год. л. / 2 год. пр. / 4 год. с.р.	[1; 2; 3; 5]	Доповіді, есе, ситуаційні завдання	День заняття
	3. Побудова ефективного іміджу.	4 год. л. / 4 год. пр. / 2 год. с.р.	[1; 2; 3; 5]	Доповіді, есе, ситуаційні завдання	День заняття
	4. Етика ділових відносин.	2 год. л. / 2 год. пр. / 4 год. с.р.	[1; 2; 3; 7]	Доповіді, есе, тестовий контроль	День заняття
	5. Особистий імідж	4 год. л. / 4 год. пр. / 4 год. с.р.	[1; 2; 3; 5]	Доповіді, ситуаційні завдання	День заняття
	6. Діловий імідж	4 год. л. / 4 год. пр. / 4 год. с.р.	[1; 2; 3; 8; 9]	Доповіді, есе, ситуаційні завдання	День заняття
	7. Імідж організації	4 год. л. / 2 год. пр. / 4 год. с.р.	[1; 2; 3]	Доповіді, есе, ситуаційні завдання	День заняття

	8.Галузева специфіка побудови іміджу. Імідж керівника.	2 год. л. / 4 год. пр. / 4 год. с.р.	[1; 2; 3]	Доповіді, есе, ситуаційн і завдання	День заняття
	9.Імідж країни, території, населеного пункту.	4 год. л. / 4 год. пр. / 4 год. с.р.	[1; 2; 3]	Доповіді, есе, ситуаційн і завдання	День заняття

**Доцент кафедри соціального забезпечення
та управління персоналом**

Оксана КЛІПКОВА