

**Силабус навчальної дисципліни
«Основи іміджології»**

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 073 Менеджмент

Освітня програма: Менеджмент

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Курс: 2

Семестр: 3

Факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	Кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Викладач(-і)	ПІБ: Малярчук Наталія Миколаївна Посада: к.е.н., викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом E-mail: maliarchuk.n@udpu.edu.ua
Лінк на освітній контент дисципліни	https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	Денна форма: 4/120
	Заочна форма: 4/120
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (30 год.), семінарські (30 год.), самостійна робота (60 год.)
	Заочна форма: лекції (8 год.), семінарські (8 год.), самостійна робота (104 год.)
Політика дисципліни	Академічна доброчесність. Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Відвідування занять. Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. Креативна ініціатива здобувача вищої освіти. Здобувачі освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
Що будемо вивчати?	Дисципліна «Основи іміджології» передбачає формування у студентів цілісного уявлення про призначення, форми, методи, технології іміджології для використання умінь і навичок в області конструювання бажаного іміджу об'єкта (людини, організації, регіону тощо).
Чому це треба вивчати?	Метою дисципліни є засвоєння здобувачами вищої освіти фундаментальних знань, ключових понять і процесів із галузі іміджології, зокрема політичної, в усіх її історичних та сучасних варіантах як форми соціальної комунікації; формування умінь і навичок усебічного аналізу та створення іміджевої продукції різних типів.
Яких результатів можна досягнути?	Вміти і розуміти теоретичні основи та принципи іміджології; Володіти навичками сучасного іміджмейкера зі створення іміджу фірми, корпорації крізь призму людського фактора; Володіти навичками колористики та стилістики; Розкрити особливості процесу побудови іміджу особи та організації; собистого іміджу, іміджу організації.
Як можна використати набуті знання та уміння?	Уміти володіти механізмами впливу імідж-образу на масову свідомість; Уміти знати закономірності формування і трансформації іміджу, способи корекції та управління іміджем; Уміти знати види особистісного іміджу: вербального, візуального, дзеркального; Уміти застосовувати сучасні технології формування сучасного іміджу підприємства та успішного керівника;

	Уміти створювати будь-який вид іміджу.
Зміст дисципліни	Імідж як феномен сучасного світу. Імідж у сфері політики. Політична іміджелогія в структурі сучасної системи знань. Історія та основні етапи розвитку категорії іміджу, політичного іміджу. Іміджмейкерство та його особливості. Типи, комплексний код та функції політичного іміджу. Складові політичного іміджу. Архетипічна основа іміджів. Технології управління політичним іміджем. Побудова ефективного політичного іміджу. Особливості створення іміджу політика, політичної партії. Політичний PR як технологія створення політичного іміджу.
Обов'язкові завдання	Завдання навчальної дисципліни: - ознайомити здобувачів вищої освіти з іміджуванням, як однією зі сфер соціокомунікативної творчості; - з витоками та основними етапами розвитку української та світової традицій у галузі іміджування; - надати знання про структуру, основні напрями і форми діяльності іміджмейкера, як одного з основних учасників сучасного соціокомунікаційного процесу; - розкрити потенційні можливості використання в політичній діяльності теоретичних і практичних знань і умінь у сфері іміджелогії; - забезпечити усвідомлення здобувачами вищої освіти іміджу як невід'ємної складової сучасної соціокомунікативної діяльності юридичної чи фізичної особи.
Міждисциплінарні зв'язки	Економічна етика та діловий етикет
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	1. Барна Н.В. Іміджелогія : навч. посіб. для дистанційного навчання. К. : Університет «Україна», 2008. 217 с. 2. Барна Н. В. Естетика іміджмейкінгу : монографія. Київ : Слово, 2012. 170 с. 3. Луньов О. Формування власного позитивного іміджу. К.: Ін-т громад. суспільства, 2001. 70 с. 4. Палеха Ю.І. Іміджологія : Навч. посіб. / за заг. ред. З.І. Тимошенко. К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2005. 324 с. 5. Лесько О.Й., Прищак М.Д., Залюбівська О.Б., Рузакова Г.Г. Етика ділових стосунків :навчальний посібник. Вінниця: ВНТУ, 2011. 310 с.
Поточний контроль	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини.
Підсумковий контроль	Залік. Порядок та організація контроль знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Розробник



Малярчук Н. М.