

**СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ
ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
КАФЕДРА КУЛЬТУРОЛОГІЇ**

СИЛАБУС

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ

Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Галузь знань	03 Гуманітарні науки
Спеціальність	034 Культурологія
Освітньо-професійна програма	Культурологія
Форма навчання	Денна, заочна
Курс	I (денна), I (заочна)
Семестр	I (денна), I (заочна)

ЗАТВЕРДЖЕНО

Протокол

засідання кафедри культурології

№ 5 від «24» червня 2020 р.

І. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Денна / заочна форма навчання	Галузь знань: 03 Гуманітарні науки Спеціальність: 034 Культурологія Освітня програма: Культурологія Освітній рівень: магістр	Нормативна
Кількість годин / кредитів 150/5		Рік навчання – 1 курс
		Семестр - 1 семестр
		Лекції – 30 год.
		Практичні (семінарські) – 24 год.
ІНДЗ: <u>є / немає</u>		Самостійна робота - 86 год.
		Консультації - 10 год.
	Форма контролю: залік	
Мова навчання		Українська

ІІ. Інформація про викладача

Прізвище, ім'я та по батькові: **Столярчук Наталія Миколаївна**

Науковий ступінь: **кандидат філософських наук**

Вчене звання: **доцент**

Посада: **доцент кафедри культурології**

Контактна інформація: моб. тел. 097 2582490 *ел. адреса:* nat.ka@meta.ua

Дні занять: вересень-грудень 2020

<https://eenu.edu.ua/uk/structure/faculties-and-institutes/fakultet-kulturi-i-mistectv-0?>

ІІІ. Опис дисципліни

1. Анотація курсу.

Програма навчальної дисципліни “Формування професійного іміджу” складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістрів спеціальності “Культурологія”. Навчальний курс буде цікавий для тих студентів, які усвідомлюють значимість іміджу як необхідної умови успіху ділової людини. Програма курсу передбачає вивчення іміджу як мистецтва керувати враженням, уміння самопрезентації, включає розуміння соціально-психологічної суті іміджу, базових елементів, які створюють імідж, зовнішніх і внутрішніх (етичних, психологічних) чинників іміджу, технологій творення особистого іміджу, основних компонентів іміджу керівника (зовнішній вигляд, тактика спілкування, діловий етикет і протокол; етика ділового спілкування), імідж-технологій у світських та ділових заходах, а також засвоєння новітніх методик творення корпоративного іміджу. Курс включає практичну складову, після виконання якої кожен студент зможе створити проект іміджу успішного управлінця у сфері своєї професійної діяльності, а також розробить план формування позитивного іміджу своєї організації (установи, колективу, закладу і т.п.).

2. Пререквізити

Вивчення курсу передбачає використання знань, набутих із таких навчальних дисциплін як «Історія і теорія культури», «Філософія», «Психологія», «Історія та теорія етики», «Естетика і культурологія мистецтва» тощо.

3. Мета і завдання навчальної дисципліни.

Курс дає можливість сформувати у студентів розуміння ролі і значення іміджу у повсякденному житті та в бізнес-середовищі, його впливу на формування авторитету та успішному просуванню в кар'єрі.

4. Результати навчання (компетентності).

- Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.
- Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.
- Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
- Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел.
- Здатність виявляти культурні потреби суспільства та його окремих груп та визначати шляхи їх задоволення, забезпечувати культурні права і свободи людини.
- Усвідомлення соціальної та етичної місії культуролога, а також можливостей та особливостей практичного використання культурологічного знання.
- Здатність до ефективної взаємодії з представниками
- інших професій, а також до залучення до розв'язання проблем культури представників громадськості.

5. Структура навчальної дисципліни.

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин						
	Усього	у тому числі					
		Лекц.	Практ. (Семін).	Лаб.	Конс	Самост роб.	*Форма контролю / Бали
1	2	3	4	5	6	7	8
Змістовий модуль 1. Історико-теоретичні засади іміджології							
Тема 1. Іміджологія як наука. Предмет іміджології. Імідж в сучасній культурі.	14	2	2			10	ДС/4
Тема 2. Філософсько-етичні та психолого-естетичні засади іміджології.	20	4	4		2	10	РМГ/4

Тема 3. Історія та основні етапи розвитку категорії «імідж».	16	4	2		2	10	РМГ/4
Тема 4. Структура іміджу та його основні складові.	18	4	4			10	Р/4
Модульна контрольна робота							МКР/30
Разом за змістовим модулем 1	68	14	12		4	40	46
Змістовий модуль 2. Прикладна іміджологія							
Тема 5. Іміджмейкерство. Іміджеві методики і технології.	18	4	2			10	ДС/4
Тема 6. Особистий імідж. Діловий імідж. Селф-брендинг.	22	4	4		2	12	ДС/4
Тема 7. Корпоративна іміджологія.	20	4	2		2	12	Р/4
Тема 8. Конструювання іміджу.	22	4	4		2	12	РМГ/4
Модульна контрольна робота							МКР/30
Разом за змістовим модулем 2	82	16	12		6	46	46
Індивідуальне завдання							ІНДЗ/8
Усього годин/балів	150	30	24		10	86	100

*Форма контролю: ДС – дискусія, ІНДЗ – індивідуальне завдання, РМГ – робота в малих групах, МКР– модульна контрольна робота, Р – реферат, або ж аналітичне есе.

6. Завдання для самостійного опрацювання.

1. Сутність іміджу: визначення та підходи
2. Технологія створення власного іміджу
3. Сучасні технології психодіагностики іміджу
4. Принципи та підходи формування іміджу
5. Зовнішність як фактор формування іміджу
6. Соціально-психологічний тренінг як спосіб формування іміджу
7. Методи самовдосконалення особистості менеджера
8. Роль та функції іміджу в управлінській діяльності
9. Спілкування як фактор формування іміджу
10. Антистресова програма як складова частина роботи над іміджем
11. Види іміджу
12. Іміджеві компоненти та цінності
13. Імідж організації як фактор ефективного управління
14. Характеристики іміджу організації
15. Іміджеві комунікації
16. Інструменти іміджмейкінга
17. Історія та природа іміджології
18. Класифікація характеристик іміджу

19. Ознаки та структура корпоративного іміджу
20. Види, принципи та формули іміджмейкенгу

IV. Політика оцінювання

Політика викладача щодо студента. Відвідування занять студентами є обов'язковими, допускаються пропуски занять з поважних причин (хвороба студента, сімейні обставини тощо).

Теми пропущених занять повинні бути відпрацьовані студентом самостійно і здані викладачу у вигляді індивідуальних завдань. Якщо студент має вагомі причини, що не дозволяють йому систематично відвідувати заняття, він може перейти на вільний графік з дозволу декана факультету.

Політика щодо академічної доброчесності. Підготовані студентом індивідуальні завдання (*проблемні завдання, реферати, творчі роботи, есе*) мають продемонструвати поглиблене вивчення джерел, змістовність і глибину розкриття теми, творчий підхід і самостійність мислення, оригінальність висновків. За потреби студент може отримати консультацію у викладача у позааудиторний час. Студенти мають дотримуватись етичних норм академічної доброчесності та не допускати обману й академічного плагіату. Під академічним плагіатом розуміється оприлюднення (частково або повністю) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження та/або відтворення текстів інших авторів без відповідного посилання (цитування). подання робіт, які є не вашими особистими розробками, копіювання чужих ідей без відповідного цитування.

Політика щодо дедлайнів (крайній термін) та перескладання. Підсумковий залік проводиться в терміни, визначені деканатом у 1-му семестрі. Студентам, що не з'явилися на підсумковий залік з поважних причин дозволяється перескладання в інший термін, встановлений деканатом. Третя й остання спроба складання заліку відбувається за присутності комісії з трьох викладачів, яких визначає деканат, включаючи викладача, який викладав дисципліну.

Методи та засоби діагностики успішності навчання

Поточний контроль, завданням якого є перевірка студентами вивченого матеріалу, визначення ступеня його засвоєння, вироблення навчальних та дослідницьких навичок, формування вміння самостійної роботи з філософськими текстами та спроможності їх осмислення і інтерпретації; а також вироблення навичок письмової та усної самопрезентації.

Поточний контроль здійснюється за такими напрямками:

- ✓ контроль за систематичністю та активністю роботи на семінарських заняттях (усне та письмове опитування);

- ✓ контроль за виконанням завдань для самостійного опрацювання поза рамками аудиторних занять (індивідуальні співбесіди);
- ✓ контроль за рівнем засвоєння та творчого опрацювання у вигляді контрольних завдань;
- ✓ контроль за виконанням індивідуального навчально-дослідного завдання для самостійного опрацювання поза рамками аудиторних занять.

Модульний контроль здійснюється у формі написання контрольних робіт. На модульну контрольну роботу виносяться питання, розглянуті під час вивчення змістового модуля на лекціях, семінарах і самостійно.

V. Підсумковий контроль

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний контроль (маx = 40 балів)								Модульний контроль (маx = 60 балів)		Загальна кількіст балів	
Модуль 1						Модуль 2		Модуль 3			
Змістовий модуль 1		Змістовий модуль 2						ІНДЗ	МКР 1	МКР 2	
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	8	30	30	100
4	4	4	4	4	4	4	4				

**Максимальна кількість балів,
яку може отримати студент за види навчальних робіт:**

Семінарські заняття – (за роботу на одному занятті – 4 бали; у тому числі – відповідь на питання – 3 бали, доповнення – 1 бал) – 32 бали;

індивідуальне навчально-дослідне завдання – 8 балів;

модульна контрольна робота №1 – 30 балів;

модульна контрольна робота №2 – 30 балів.

Критерії оцінювання:

Семінарських занять:

- змістовність, глибина висвітлення проблеми;
- логічна послідовність викладу матеріалу;
- підкріплення викладу конкретними прикладами;
- власна точка зору на проблему;
- засвоєння категоріального апарату;
- опрацювання джерел з теми заняття;
- вміння зробити висновки, узагальнення;
- активна участь в обговоренні та дискусіях.

Самостійної та індивідуальної роботи (проблемні завдання, реферати, творчі роботи, індивідуальні науково-дослідні завдання):

- поглиблене вивчення джерел,
- опрацювання категоріального апарату;
- актуальність та складність обраної проблеми;
- змістовність, глибина розкриття теми;
- опрацювання літератури: кількісні і якісні параметри;
- творчий підхід, самостійність мислення.

Повне й глибоке змістовне розкриття питань по темі оцінюється 4 балами; достатній рівень розкриття – 3 балами; часткове розкриття – 2 балами; поверхнєве й неповне розкриття – 1 балом; якщо зміст теми зовсім не розкрито – 0 балів

Формою підсумкового семестрового контролю є залік. Метою заліку є контроль сформованості практичних навичок та професійних компетентностей, необхідних для виконання професійних обов'язків. Залік проходить у формі співбесіди.

VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Оцінка
90 – 100	Відмінно
82 – 89	Дуже добре
75 – 81	Добре
67 -74	Задовільно
60 – 66	Достатньо
1 – 59	Незадовільно

VII. Рекомендована література

1. Барна Н. В. Іміджологія – К.: Університет —Україна, 2007. – 217 с.
2. Бондаренко І. С. Іміджологія в системі гуманітарних знань: соціальнокомунікаційний підхід // Держава та регіони. 2019. Вип. 2 (66). С. 92–95.
3. Д'Алессандро Дэвид Карьерные войны. 10 правил построения успешного личного бренда. 2004, 208 с.
4. Імідж ВНЗ на порозі ХХІ століття / За ред. І. Єрмакова. К, 2005
5. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. Бебика. К.: Університет «Україна», 2008. 217 с.
6. Іміджологія: навч. посіб. : для всіх спец. студ. вищ. навч. закл. / А. О. Голошубова; Одес. нац. мор. ун-т, каф. "Філософія". — О.: Вид-во ОНМУ, 2010. — 80 с.

7. Іміджологія: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю.І. Палеха; Європ. ун-т. — К., 2005. — 323 с.
8. Квеско Р. Квеско С. Имиджелогия: учебное пособие. Томск. 2008. 116 с.
9. Манн И. Номер 1. Как стать лучшим в том, что ты делаешь. 2014. 146 с.
10. Перелыгина Е. Б. Психология имиджа: Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2002. 114 с.
11. Семченко О. Іміджева політика України. К., 2014. 272 с.
12. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу: Моногр. / Т.Б. Хомуленко, Ю.Г. Падафет, О.В. Скориніна; НДІ педагогіки та психології ім. В.О.Сухомлинського Харк. нац. пед. ун-ту ім. Г.С.Сковороди. — Х.: ВД "Інжек", 2005. — 272 с.
13. Технологія іміджу / В. Маценко. — К.: Главник, 2005. — 96 с.
14. Хомуленко Т. Б., Падафет Ю. Г., Скоршгіна О. В. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу. — Х.: ВД "ІНЖЕК", 2005. — 272 с.
15. Чебикін О.Я., Ковальова О.О. Психологічні особливості формування основ професійного Іміджу — О., 2009. — 223 с.
16. Шепель В. М. Имиджелогия : секреты личного обаяния. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. – 472 с.
17. Черепанова В. Н. Курс лекций по имиджелогии: Учебное пособие. Тюмень: ТюмГНГУ. 2002 с.