

ІМІДЖЕЛОГІЯ

Опис дисципліни

Тип (статус) дисципліни	Вибіркова
Освітній рівень	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	6
Кількість призначених кредитів ЄКТС	4
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна

Результати навчання. Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: *володіти* термінологічним апаратом та вміло його застосовувати, *володіти* прийомами створення ефективного іміджу та управління ним; *вміти* аналізувати складники іміджу з метою його подальшого удосконалення; *знати* механізм побудови корпоративного іміджу та його успішного розвитку; *формувати* ефективний імідж, підтримувати його та управляти ним.

Зміст навчальної дисципліни. Імідж як феномен сучасного світу. Імідж, його типи та основні складові. Поліфункціональність іміджу. Структура іміджу особистості. Феномен лідерства. Габітарний вигляд у структурі іміджу особистості. Побудова ефективного імідж-образу особистості. Особливості створення ділового іміджу. Формування іміджу організації (корпоративного іміджу). Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність.

Запланована аудиторна робота: не менше 1/3 від загального обсягу дисципліни.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням наочних методів (слайдів), пояснення, бесіди); практичні заняття, самостійна робота (індивідуальне завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування; здача практичних робіт; презентація результатів виконання індивідуального завдання.

Вид семестрового контролю залік

Навчальні ресурси:

1. Дячук В. П. Іміджологія. Соціокультурний вимір : навч. посіб. / В. П. Дячук. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2017. – 308 с.
2. Хавкіна Л. М. Іміджологія : навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» / Л. М. Хавкіна. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 64 с.
3. Калениченко Р.А. Психологія іміджу: Навч. посіб. – К.: КиМУ, 2008. –102 с.
4. Бугрим В. В. Іміджологія / Іміджмейкінг: навчальний посібник / Валентин Бугрим . –К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. –250 с.
5. Пovalій Т. Л. Іміджологія та брендинг у соціокультурній діяльності : навчальний посібник / Т. Л. Пovalій, О. П. Бойко, О. О. Котенко. – Суми : Сумський державний університет, 2024. – 257 с. – Режим доступу : <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi79/0059509.pdf>
6. Болотова В.О. Іміджологія: текст лекцій для студентів спеціальностей 054 «Соціологія», 061 «Журналістика» / В. О. Болотова, Н. О. Ляшенко, К. А. Агаларова – Харків : НТУ «ХПІ», 2021. – 150 с.
7. Модульне середовище. URL: <https://msn.khmnu.edu.ua/course/view.php?id=8808>
8. Модуль для дистанційного навчання. URL: <https://de.khnu.km.ua/p.aspx> .
9. Електронна бібліотека. URL: http://lib.khmnu.edu.ua/asp/php_f/page_lib.php.

Викладачі: кандидат технічних наук, доцент Лобанова Г.Є.

3 Пояснювальна записка

Дисципліна «Іміджелогія» є вибірковою компонентів, що може бути долучена до загальної підготовки фахівців освітнього рівня «бакалавр» за спеціальністю 182 «Технології легкої промисловості».

Мета дисципліни. Забезпечення студентів компетенціями в області побудови іміджу, ознайомити з особливостями діяльності щодо формування позитивного іміджу.

Предмет дисципліни. Технології формування особистого та корпоративного іміджу.

Завдання дисципліни. Ознайомити студентів із феноменом іміджу, функціональним апаратом цього явища, вникнути у сутність типології, побудувати бачення власного іміджу, дати уявлення про сучасні імідж-технології, які допомагають у створенні публічного образу людини, фірми, організації.

Результати навчання. Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: *володіти* термінологічним апаратом та вміло його застосовувати, *володіти* прийомами створення ефективного іміджу та управління ним; *вміти* аналізувати складники іміджу з метою його подальшого удосконалення; *знати* механізм побудови корпоративного іміджу та його успішного розвитку; *формувати* ефективний імідж, підтримувати його та управляти ним.

4 Структура залікових кредитів дисципліни

Назва розділу (теми)	Кількість годин, відведених на:					
	Денна форма			Заочна форма		
	лекції	практ. роботи	СРС	лекції	практ. роботи	СРС
Розділ 1. Імідж як феномен сучасного світу, його типи та основні складові. Поліфункціональність іміджу. Структура іміджу особистості.	6	12	25	2	2	40
Розділ 2. Габітарний вигляд у структурі іміджу особистості. Побудова ефективного імідж-образу особистості. Особливості створення ділового іміджу.	6	12	25	2	2	42
Розділ 3. Формування іміджу організації (корпоративного іміджу). Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність.	5	10	19		2	28
Разом за семестр:	17	34	69	4	6	110

5 Програма навчальної дисципліни

5.1 Зміст лекційного курсу

Номер лекції	Перелік тем лекцій, їх анотації	Кількість годин
1	<p>Імідж як феномен сучасного світу. Імідж та його природа. Іміджелогія в комплексі наук. Вплив іміджу. Історія виникнення поняття. Характеристики та особливості іміджу. Імідж та закони соціальної психології. Особливості загальної та прикладної іміджелогії. Рейтинг, репутація, престиж, авторитет. Літ.: [1-9].</p>	2
2	<p>Імідж, його типи та основні складові. Поліфункціональність іміджу. Типи іміджу: дзеркальний, поточний, бажаний, особистий, реальний, корпоративний, закритий, міфологічний, множинний, позитивний, негативний, демонстративний, професійний, габітарний. Елементи створення іміджу. Функції іміджу: ідентифікації, ідеалізації, позиціонування. Ціннісні функції іміджу. Технологічні функції. Світоглядні функції. Функції форматизації та міфологізації. Літ.: [1-3,5-8].</p>	2
3	<p>Поняття, структура та функції іміджу особистості. Феномен лідерства. Основні чинники харизми. Найбільш значущі для оточуючих якості особистості. Позитивний та негативний імідж. Імідж лідера на політичному та неполітичному тлі. Психологічні механізми сприйняття політичного лідера. Архетипи, стереотипи, прототипи – явища масової свідомості, що впливають на сприйняття лідера. Літ.: [1-7].</p>	2
4	<p>Технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу. Моделі візуальної комунікації. Нематеріальність іміджу. "Штучність" іміджу. Імідж у різних контекстах. Зовнішність лідера. Риторика влади. Побудова образу лідера за допомогою кінетичних елементів. Вміння триматися перед аудиторією. Впевненість і привабливість. Теорія жестів. Стиль. Одяг. Освітлення і кольори. Макіяж. Літ.: [1-7,9].</p>	2
5	<p>Побудова ефективного імідж-образу. Основоположні принципи побудови іміджу. Методологічні стратегії створення іміджу. Поняття інструментарію в іміджелогії та специфіка його використання. Інструментарій іміджелогії (позиціонування, маніпулювання, міфологізація, емоціоналізація, формат, вербалізація, деталізація, акцентування інформації, візуалізація, архаїзація, дистанціювання, дослідження громадської думки тощо). Позиціонування як основна стратегія побудови іміджу. Засоби формування іміджу через застосування емоційної подачі інформації, заміну цілей, подання суперечливих сигналів, підміну понять, метафоризацію. Технології побудови іміджу, засоби його формування, аналіз можливих стратегій упровадження. Літ.: [1,3-9].</p>	2
6	<p>Особливості створення ділового іміджу. Особливості створення ділового іміджу. Психологічні передумови формування ділового іміджу. Розходження та подібність у діловому іміджі. Імідж ділового чоловіка у сучасному світі. Види одягу й взуття для ділового чоловіка. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду чоловіка. Імідж ділової жінки у сучасному світі. Види одягу і взуття для ділової жінки. Поєднання кольорів у жіночому одязі. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду жінки. Літ.: [1-9].</p>	2

7	Формування іміджу організації (корпоративного іміджу). Корпоративний імідж: суть, основні характеристики. Поняття корпоративного іміджу (співпадіння усіх елементів візуальної комунікації компанії, що передає публіці споживачів основну ідею компанії, створює позитивний відгук, який збільшує ступінь довіри клієнтів та партнерів компанії). Принципи створення корпоративного іміджу. Типи корпоративного іміджу. Внутрішній та зовнішній корпоративний імідж. Структура та компоненти. Ознаки корпоративного іміджу. Функції корпоративного іміджу: інформативна, комерційна, захисна, ресурсна, репутаційна, комфортизація відносин, психотерапевтична, міжособова, організація уваги. Літ.: [1-4,7-9].	2
8	Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність. Іміджмейкінг як особлива практична галузь іміджології. Основні підходи до розуміння поняття іміджмейкінг. Складові іміджмейкінгу. Цілі та завдання іміджмейкінгу. Основні терміни іміджмейкінгу. Основні принципи роботи з іміджстворюючими якостями. Психологічні аспекти створення образу в іміджмейкерстві. Сутність теорії “перформанса” як основи іміджмейкінгу. Коучинг як глибинний інструментарій іміджмейкерства. Професія іміджмейкера. Літ.: [1-9].	3
Разом:		17

Примітка. * Лекційні заняття плануються по 2 години. Якщо у навчальному плані в непарних семестрах запланована 1 год. аудиторних занять на тиждень, то залежно від розкладу занять фактична кількість годин становитиме 18 – по чисельнику, 16 – по знаменнику.

Перелік оглядових лекцій для студентів заочної форми навчання

Номер лекції	Тема лекції	Кількість годин
1	Імідж як феномен сучасного світу, його типи та основні складові. Поліфункціональність іміджу. Структура іміджу особистості. Літ.: [1-5,7-9].	2
2	Габітарний вигляд у структурі іміджу особистості. Побудова ефективного імідж-образу особистості. Особливості створення ділового іміджу. Формування іміджу організації (корпоративного іміджу). Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність. Літ.: [1-9].	2
Разом :		4

5.2 Зміст практичних занять

Перелік практичних занять для студентів денної форми навчання

№ ч/ч	Тема практичного заняття	Кількість годин
1	Іміджологія як сфера професійної діяльності. Історія розвитку іміджології. Літ.: [1-2, 3-9]	4
2	Психологічні аспекти створення образу в іміджмейкерстві Літ.: [1-4,7-9].	4
3	Психологічний практикум. Складання портретної характеристики особи. Літ.: [1-9].	4
4	Самооцінювання та самотестування особистого іміджу за заданими тренінговими програмами (за О. Змановською)” Літ.: [1-9]	4
5	Формування стратегії і тактики управління особистим іміджем Літ.: [1-9]	4
6	Технології управління особистим іміджем. Літ.: [1-9].	4
7	Особливості формування корпоративного іміджу. Літ.: [1-9]	10
Разом:		34

Перелік практичних занять для студентів заочної форми навчання

№ ч/ч	Тема лабораторного заняття	Кількість годин
1	Психологічний практикум. Складання портретної характеристики особи. Літ.: [1-9].	2
2	Формування стратегії і тактики управління особистим іміджем. Літ.: [1-9]	2
3	Технології управління особистим іміджем. Літ.: [1-9]	2
Разом:		6

5.3 Зміст самостійної (у т. ч. індивідуальної) роботи

Самостійна робота студентів усіх форм навчання полягає у систематичному опрацюванні програмного матеріалу з відповідних джерел інформації, роботою над завданнями практичних робіт, виконанні індивідуальних завдань, тощо. Студенти заочної форми здобуття освіти виконують контрольну роботу. Вимоги до її виконання та варіанти визначаються методичними рекомендаціями до виконання контрольних робіт, які кожний студент отримує у період настановної сесії.

Зміст самостійної роботи студентів денної форми навчання

Номер тижня	Вид самостійної роботи	Кіл-сть годин
1-2	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т1, підготовка до виконання практичної роботи №1. Одержання теми ІДЗ.	8
3-4	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т2, підготовка до здачі практичної роботи № 1 та до виконання практичної роботи № 2. Робота над ІДЗ.	8
5-6	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т3, підготовка до здачі практичної роботи № 2 та до виконання практичної роботи № 3. Робота над ІДЗ.	8
7-8	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т4, підготовка до здачі практичної роботи № 3 та до виконання практичної роботи № 4. Робота над ІДЗ.	8
9-10	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т5, підготовка до здачі практичної роботи № 4 та до виконання практичної роботи № 5. Робота над ІДЗ.	8
11-12	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т6, підготовка до здачі практичної роботи № 5 та до виконання практичної роботи № 6. Робота над ІДЗ.	8
13-14	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т7, підготовка до здачі практичної роботи № 6 та до виконання практичної роботи № 7. Робота над ІДЗ.	8
15-16	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т8, підготовка до здачі практичної роботи № 7 та виконання практичної роботи №8. Робота над ІДЗ.	8
17-18	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т9, підготовка до здачі практичної роботи № 8. Здача ІДЗ.	5
Разом:		69

Індивідуальна робота студентів під керівництвом викладача передбачає виконання індивідуальних завдань, метою яких є поглиблення та узагальнення знань з дисципліни «Іміджелогія».

5.4 Орієнтовна тематика індивідуального завдання для самостійної роботи студентів

Виконання індивідуального завдання на тему «Аналіз особливостей створення ділового іміджу у різних професіях та сферах. Формування напряму створення власного

ділового іміджу» з ілюстраціями та презентація його на 17-ому тижні семестру. Керівництво самостійною роботою та контроль за виконанням індивідуального завдання здійснює викладач згідно з розкладом консультацій у позаурочний час. Оцінка, яка виставляється за індивідуальне завдання, визначається за такими критеріями: виклад теоретичного матеріалу з теми (подача у формі презентації, якість презентації, її інформативність та сприйняття); вміння студента обґрунтувати прийняті рішення; своєчасне виконання роботи.

6 Технології та методи навчання

Процес навчання з дисципліни ґрунтується на використанні традиційних та сучасних технологій, зокрема: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням інформаційних технологій, майстер-класів); самостійна робота (робота з інформаційними джерелами, використання систем MOODLE). Методи викладання словесні (розповідь, бесіда, пояснення); практичні (дискусії); наочні (ілюстрування навчального матеріалу, показ слайдів), тощо і мають на меті – оволодіння студентами компетенціями в області побудови іміджу, ознайомлення з особливостями діяльності щодо формування позитивного іміджу.

7 Методи контролю

Поточний контроль здійснюється під час лекційних та практичних занять, а також у дні проведення контрольних заходів, встановлених робочою програмою і графіком навчального процесу. При цьому використовуються такі методи поточного контролю:

- здача практичних робіт;
- презентація і здача індивідуальних завдань.

При виведенні підсумкової семестрової оцінки враховуються результати поточного контролю. Студент, який не набрав позитивний середньозважений бал за поточну роботу вважається невстигаючим. Виконання індивідуального завдання завершується його презентацією у терміни, встановлені графіком самостійної роботи.

8 Оцінювання результатів навчання студентів у семестрі

Оцінювання академічних досягнень здобувача вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ». Кожний вид роботи з дисципліни оцінюється за інституційною **чотирибальною** шкалою і виставляється в електронному журналі обліку успішності. Семестрова підсумкова оцінка визначається як середньозважена з усіх видів навчальної роботи, виконаних і зданих студентом **позитивно**, з урахуванням коефіцієнта вагомості і розраховується в автоматизованому режимі за відповідною програмою. Вагові коефіцієнти змінюються залежно від структури дисципліни і важливості окремих видів її робіт.

Оцінка, яка виставляється за практичне заняття, складається з таких елементів: знання теоретичного матеріалу з теми роботи; якість оформлення завдань практичної роботи; своєчасну здачу практичної роботи. У кінці семестру студент має презентувати індивідуальне завдання згідно з темою при підсумковому контролі.

Термін здачі практичної роботи вважається своєчасним, якщо студент здав її після виконання завдань. Пропущене практичне заняття студент зобов'язаний відпрацювати в лабораторіях кафедри у встановленій викладачем термін, але не пізніше, ніж за два тижні до кінця теоретичних занять у семестрі.

Виконання індивідуального завдання завершується його презентацією у терміни, встановлені графіком самостійної роботи.

Оцінювання знань студентів здійснюється за такими критеріями:

Оцінка за інституційною шкалою	Узагальнений критерій
Відмінно	виставляється студенту, який глибоко засвоїв знання з іміджології, уміє їх використовувати при створенні ефективного іміджу та управління ним, орієнтується у традиційних та нових формах і прийомах іміджевої діяльності. Студент виконав практичну роботу у зазначений термін (за розкладом), у повному обсязі, без помилок і вона зарахована.
Добре	Студент виявив повне засвоєння навчального матеріалу, володіє понятійним апаратом і фаховою термінологією, орієнтується у вивченому матеріалі; свідомо використовує теоретичні знання для вирішення практичних завдань; виклад відповіді грамотний, але у змісті і формі відповіді можуть мати місце окремі неточності, нечіткі формулювання закономірностей тощо. Відповідь студента будується на основі самостійного мислення. Практична робота виконана у зазначений термін (за розкладом), у повному обсязі, зарахована, але має незначні зауваження.
Задовільно	Студент виявив знання основного програмного матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання та практичної діяльності за професією, справляється з виконанням практичних завдань, передбачених програмою. Як правило, відповідь студента будується на рівні репродуктивного мислення, студент має слабкі знання структури курсу, допускає неточності і <i>суттєві помилки</i> у відповіді, вагається при відповіді на видозмінене запитання. Разом з тим, практична робота виконана у неповному обсязі, та (або) при наявності значних помилок, і зарахована при умові її доопрацювання, та (або) повторне виконання не зарахованої практичної роботи.
Незадовільно	Студент виявив розрізнені, безсистемні знання, не вмів виділяти головне і другорядне, допускається помилок у визначенні понять, перекручує їх зміст, хаотично і невпевнено викладає матеріал, не може використовувати теоретичні знання при вирішенні практичних завдань. Як правило, оцінка "незадовільно" виставляється студенту, якщо практична робота не виконана, або не зарахована, який не може продовжити навчання без додаткової роботи з вивчення дисципліни.

Структурування дисципліни за видами робіт і оцінювання результатів навчання студентів денної форми навчання у семестрі за ваговими коефіцієнтами

Аудиторна робота							Самостійна, індивідуальна робота	Семестровий контроль, залік
Лабораторні роботи №:							Самостійна робота	За рейтингом
1	2	3	4	5	6	7	Індивідуальне завдання	
ВК*:							0,3	0

Умовні позначення: ВК – ваговий коефіцієнт.

Структурування дисципліни за видами робіт і оцінювання результатів навчання студентів заочної форми навчання у семестрі за ваговими коефіцієнтами

Аудиторна робота			Самостійна, індивідуальна робота		Семестровий контроль, залік
Практичні роботи №:			Контрольна робота		
1	2	3	Якість виконання	Оцінка за захист	За рейтингом
			0,1	0,2	
ВК*:			0,3		0

Підсумкова семестрова оцінка за інституційною шкалою і шкалою ЄКТС встановлюється в автоматизованому режимі після внесення викладачем усіх оцінок до електронного журналу. Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС наведені у таблиці.

Залік виставляється, якщо середньозважений бал, який отримав студент з дисципліни, знаходиться у межах від 3,00 до 5,00 балів. При цьому за інституційною шкалою ставиться оцінка «зараховано», а за шкалою ЄКТС – буквене позначення оцінки, що відповідає набраній студентом кількості балів відповідно до таблиці Співвідношення.

Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС

Оцінка ЄКТС	Інституційна інтервальна шкала балів	Інституційна оцінка, критерії оцінювання		
A	4,75–5,00	5	Зараховано	Відмінно – глибоке і повне опанування навчального матеріалу і виявлення відповідних умінь та навичок
B	4,25–4,74	4		Добре – повне знання навчального матеріалу з кількома незначними помилками
C	3,75–4,24	4		Добре – в загальному правильна відповідь з двома-трьома суттєвими помилками
D	3,25–3,74	3		Задовільно – неповне опанування програмного матеріалу, але достатнє для практичної діяльності за професією
E	3,00–3,24	3		Задовільно – неповне опанування програмного матеріалу, що задовольняє мінімальні критерії оцінювання
FX	2,00–2,99	2	Незараховано	Незадовільно – безсистемність одержаних знань і неможливість продовжити навчання без додаткових знань з дисципліни
F	0,00–1,99	2		Незадовільно – необхідна серйозна подальша робота і повторне вивчення дисципліни

9 Питання для самоконтролю результатів навчання

1. Поняття та сутність іміджу.
2. Форми і функції іміджу.
3. Імідж у структурі світу.
4. Цілі і функції іміджу в сучасному суспільстві.
5. Імідж у різноманітних соціокультурних контекстах.
6. Перехід від іміджу до міфу, процесу зіткнення міфів.

7. Іміджологія як теорія природних ієрархій.
8. Місце категорії імідж у міждисциплінарному науковому дискурсі.
9. Галузі знання, що вивчають різноманітні аспекти формування і функціонування іміджу.
10. Типи іміджів.
11. Специфіка індивідуального й організаційного іміджу.
12. Поняття іміджевої стратегії.
13. Принципи класифікації іміджевих стратегій.
14. Типи публічних іміджів.
15. Поняття інструментарія в іміджології та специфіка його використання.
16. Основні інструменти іміджології: позиціонування, маніпулювання, міфологізація.
17. Найчастіше використовувані прийоми формування іміджу: емоціоналізація, акцентування інформації, заміна цілей, подача суперечливих сигналів, метафоризація, контекстне введення знаків.
18. Засоби іміджології: вербалізація, архаїзація, деталізування, візуалізація.
19. Впровадження моделей сприйняття як інструмент іміджології.
20. Оцінка ефективності іміджевого впливу за допомогою опитування суспільної думки.
21. Нейролінгвістичне програмування: основні принципи і межі застосування методу.
22. Специфіка формування і функціонування іміджу в політиці.
23. Основні правила іміджевих кампаній.
24. Іміджевий чинник у розвитку політичних процесів.
25. Феномен іміджу в історії й культурі.
26. Позитивний і негативний імідж.
27. Маніпулятивна природа іміджевої комунікації.
28. Основні етапи побудови іміджу.
29. Особистий імідж бізнесмена та його роль в успішному розвитку бізнесу.
30. Необхідні складові особистого іміджу в бізнесі.
31. Цінність символічного ресурсу в бізнесі.
32. Імідж фірми як найважливіший чинник успіху бізнесу.
33. Стратегії формування і підтримки іміджу фірми.
34. Імідж організації і корпоративної політики.
35. Сучасні технології, що використовуються в створенні іміджу.
36. Досвід і цінність формування іміджу організації на прикладі провідних корпорацій світового рівня.
37. Поняття образу ворога.
38. Використання образу ворога в процесі мотивації на дію. Символізація ворогів.
39. Іміджмейкинг як область ділової комунікації.
40. Негативна реклама в сучасному світі.
41. Феномен «агресивності» іміджу.
42. Іміджі ворога в політиці і бізнесі.
43. Поняття іміджу й репутації фірми.
44. Психологічний аспект формування особистого іміджу.
45. Символіка особистого іміджу.
46. Специфіка особистого іміджу в політиці, бізнесі і шоу бізнесі.
47. Структура особистого іміджу і засоби його аналізу.
48. Поняття вербальних комунікацій: основні характеристики та типологія.
49. Практика аналізу іміджу особистості.
50. Професія: іміджмейкер.

10 Навчально-методичне забезпечення

Освітній процес з дисципліни «Рекламна діяльність в індустрії моди» повністю і в достатній кількості забезпечений необхідною навчально-методичною літературою. Зокрема, викладачами кафедри підготовлені:

Іміджологія: методичні вказівки до практичних робіт та завдання самостійної роботи для студентів спеціальності для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 182 «Технології легкої промисловості» / Г.Є. Лобанова. – Хмельницький: ХНУ, 2024. – 38 с.

Основна

1. Дячук В. П. Іміджологія. Соціокультурний вимір : навч. посіб. / В. П. Дячук. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2017. – 308 с.
2. Хавкіна Л. М. Іміджологія : навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» / Л. М. Хавкіна. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 64 с.
3. Калениченко Р.А. Психологія іміджу: Навч. посіб. – К.: КиМУ, 2008. –102с.
4. Бугрим В. В. Іміджологія / Іміджмейкінг: навчальний посібник / Валентин Бугрим . –К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. –250 с.
5. Повалій Т. Л. Іміджологія та брендинг у соціокультурній діяльності : навчальний посібник / Т. Л. Повалій, О. П. Бойко, О. О. Котенко. – Суми : Сумський державний університет, 2024. – 257 с. – Режим доступу : <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi79/0059509.pdf>
6. Болотова В.О. Б 79 Іміджологія: текст лекцій для студентів спеціальностей 054 «Соціологія», 061 «Журналістика» / В. О. Болотова, Н. О. Ляшенко, К. А. Агаларова – Харків : НТУ «ХПІ», 2021. – 150 с. – Режим доступу : https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/bitstream/123456789/2615/1/Book_2021_Bolotova_I_midzhohohia.pdf

Додаткова

7. Барна Н.В. Іміджологія [Текст] / Н.В. Барна: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. – К.: Ун-т «Україна», 2008. – 217 с.
8. Іміджологія: Навч.-метод. матеріали до курсу занять / Харк. держ. акад. культури; Уклад.: Ю. Є. Петрухно. – Х.: ХДАК., 2003. – 23 с.
9. Єлізарова І. О. Стиль ділового успіху. Навчальний посібник/ І. О. Єлізарова. – К.: Кондор, 2008. – 76с.

12 Інформаційні ресурси

- 1 Модульне середовище. Режим доступу : <https://msn.khmnu.edu.ua/course/view.php?id=8808>
- 2 Електронна бібліотека університету.
Режим доступу : http://lib.khmnu.edu.ua/asp/php_f/plage_lib.php .
- 4 Репозитарій ХНУ. Режим доступу : <https://library.khmnu.edu.ua/#>.