

# ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет технологій і дизайну  
Кафедра індустрії моди в легкій промисловості



**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Декан факультету технологій і дизайну  
Тетяна ІВАНІШЕНА

29 серпня 2024

**СІЛАБУС**

Навчальна дисципліна **Іміджологія**

Освітньо-професійна програма **Індустрія моди в легкій промисловості**

Рівень вищої освіти **Перший (бакалаврський)**

**Таблиця 1 – Загальна інформація**

Позиція	Зміст інформації
Викладач(і)	Лобанова Галина Євгенівна
Профайл викладача	<a href="https://imlp.khmnu.edu.ua/lobanova-galyna-yevgenivna/">https://imlp.khmnu.edu.ua/lobanova-galyna-yevgenivna/</a>
Е-mail викладача(ів)	lobanovah@khmnu.edu.ua
Контактний телефон	+380975261931
Сторінка дисципліни в ІСУ	<a href="https://msn.khmnu.edu.ua/course/view.php?id=8808">https://msn.khmnu.edu.ua/course/view.php?id=8808</a>
Консультації	<b>Очні:</b> Відповідно до графіка, встановленого кафедрою <b>Онлайн:</b> за необхідністю та попередньою домовленістю

## Загальна характеристика дисципліни

Статус дисципліни	Форма здобуття освіти	Курс	Семестр	Загальний обсяг		Кількість годин					Курсовий проєкт	Курсова робота	Форма семестрового контролю		
				Кредити ЄКТС	Години	Аудиторні заняття				Самостійна робота, в т.ч. ІРС			залік	іспит	
						Разом	Лекції	Лабораторні роботи	Практичні заняття						Семинарські заняття
В	Д		1	4	120	51	17		34		69			+	

## Анотація навчальної дисципліни

Дисципліна «Іміджологія» є вибірковою компонентів, що може бути долучена до фахової підготовки фахівців освітнього рівня «бакалавр» за спеціальністю 182 «Технології легкої промисловості» за освітньо-професійною програмою «Індустрія моди в легкій промисловості».

### Мета і завдання дисципліни

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

### Очікувані 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

## Тематичний і календарний план вивчення дисципліни

**Таблиця 3 – Тематичний і календарний план вивчення дисципліни**

№ тижня	Тема лекції	Тема практичного заняття	Самостійна робота студента		
			зміст	год.	література
1-2	Імідж як феномен сучасного світу.	Практична робота (далі ПР) 1. Іміджологія як сфера професійної діяльності. Історія розвитку іміджології.	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т1, підготовка до виконання практичної роботи №1. Видача теми індивідуального завдання.	8	[1-9]
3-4	Імідж, його типи та основні складові. Поліфункціональність іміджу.	ПР 2. Психологічні аспекти створення образу в іміджмейкерстві	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т2, підготовка до здачі практичної роботи № 1 та до виконання практичної роботи № 2.	8	[1-4,7-8]
5-6	Поняття, структура та функції іміджу особистості.	ПР 3. Психологічний практикум. Складання портретної характеристики особи.	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т3, підготовка до здачі практичної роботи № 2 та до виконання практичної роботи № 3.	8	[1-8]
7-8	Технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу.	ПР 4. Самооцінювання та самотестування особистого іміджу за заданими тренінговими програмами (за О. Змановською)”	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т4, підготовка до здачі практичної роботи № 3 та до виконання практичної роботи № 4.	8	[1-9]
9-10	Побудова ефективного імідж-образу.	ПР 5. Формування стратегії і тактики управління особистим іміджем	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т5, підготовка до здачі практичної роботи № 4 та до виконання практичної роботи № 5.	8	[1-9]
11-12	Особливості створення ділового іміджу.	ПР 6. Технології управління особистим іміджем.	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т6, підготовка до здачі практичної роботи № 5 та до виконання практичної роботи № 6.	8	[1-9]
13-14	Формування іміджу організації (корпоративного іміджу).	ПР 7. Особливості формування корпоративного іміджу	Опрацювання теоретичного матеріалу з Т7, підготовка до здачі практичної роботи № 6 та до виконання практичної роботи № 7.	8	[1-8]
15-16	Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність.		Опрацювання теоретичного матеріалу з Т8, підготовка до здачі практичної роботи № 7 та індивідуального завдання.	8	[1-8]
17-18			Підготовка до здачі та здача індивідуального завдання.	5	[1-7]

**Примітка.** \* Лекції і практичні заняття проводяться раз у два тижні по дві години (чисельник чи знаменник відповідно до розкладу занять).

### Політика дисципліни

Організація освітнього процесу в Університеті відповідає вимогам положень про організаційне і навчально-методичне забезпечення освітнього процесу, освітній програмі та навчальному плану. Студент зобов'язаний відвідувати лекції і практичні заняття згідно із розкладом, не запізнюватися на заняття, домашні завдання виконувати якісно і відповідно до графіка.

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

Здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни можуть користуватись як наявним в аудиторіях кафедри

комп'ютерним обладнанням, так і власними пристроями (ноутбуками, планшетами, смартфонами). Власними пристроями можна користуватися як для роботи в системі Модульного середовища, так і для доступу до зовнішніх інформаційних ресурсів, які необхідні для виконання практичних робіт та пов'язаних із ними, власних завдань, які є частиною навчального процесу.

Практичні роботи виконуються індивідуально або групами, згідно з варіантами, що представлені у методичних вказівках до практичних робіт. Під час роботи над завданнями практичних робіт недопустимі порушення правил академічної доброчесності. У разі наявності плагіату (спроба представити до здачі практичну роботу іншого варіанту) здобувач вищої освіти отримує незадовільну оцінку і має повторно виконати практичну роботу згідно із його варіантом.

### Критерії оцінювання результатів навчання

Кожний вид роботи з дисципліни оцінюється за інституційною **чотирибальною** шкалою відповідно до Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ. Семестрова підсумкова оцінка визначається як середньозважена з усіх видів навчальної роботи, виконаних і зданих **позитивно** з урахуванням коефіцієнта вагомості. Вагові коефіцієнти змінюються залежно від структури дисципліни і важливості окремих видів її робіт.

Поточний контроль здійснюється під час практичних занять, а також у дні проведення контрольних заходів, встановлених робочою програмою і графіком навчального процесу. Оцінка, яка виставляється за практичне заняття, складається з таких елементів: знання теоретичного матеріалу з теми; якість оформлення протоколу; вільне володіння студентом спеціальною термінологією і уміння професійно обґрунтувати прийняті рішення; своєчасна здача практичної роботи.

При цьому використовуються методи поточного контролю: здача практичних робіт; презентація 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.

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

Аудиторна робота							Контрольні заходи	Семестровий контроль, залік
Практичні роботи №:								Індивідуальне завдання
1	2	3	4	5	6	7		
ВК*:				0,7			0,3	0

Умовні позначення: Т – тема дисципліни; ВК – ваговий коефіцієнт.

### Оцінювання індивідуального завдання

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. 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.

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

### Питання для підсумкового контролю з дисципліни

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, процеси зіткнення міфів.
7. Іміджелогія 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 іміджелогії та специфіка його використання.
16. Основні інструменти іміджелогії: позиціонування, маніпулювання, міфологізація.
17. Найчастіше використовувані прийоми формування іміджу: емоціоналізація, акцентування інформації, заміна цілей, подача суперечливих сигналів, метафоризація, контекстне введення знаків.
18. Засоби іміджелогії: вербалізація, архаїзація, деталізування, візуалізація.
19. Впровадження моделей сприйняття як інструмент іміджелогії.
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.

### **Рекомендована література**

#### **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 / Іміджмейкинг: 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\\_Imidzholohiia.pdf](https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/bitstream/123456789/2615/1/Book_2021_Bolotova_Imidzholohiia.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.