



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІМІДЖМЕЙКІНГ»



Галузь знань	07 «Управління і адміністрування»	Освітній рівень	бакалавр					
Спеціальність	075 «Маркетинг»	Семестр	6					
Освітньо-професійна програма	«Маркетинг»	Тип дисципліни	Вільного вибору циклу професійної					
Факультет	Економіки і менеджменту	Кафедра	Менеджмент					
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					Вид контролю
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
	4	120	18	-	36	-	66	Залік

ВИКЛАДАЧІ

Бившев Роман Олександрович, rombyvshev@gmail.com



Бившев Роман Олександрович

Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту ДДМА.

Заступник начальника відділу документарно-інформаційних ресурсів ПрАТ «НКМЗ»

Досвід роботи - більше 20 років.

Автор понад 20 наукових та навчально-методичних праць, в тому числі 2 монографії з актуальних проблем економіки та управління.

Провідний лектор з дисциплін: «Корпоративно-соціальна відповідальність»

Е - mail робітник: rombyvshev@gmail.com

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують	«Культура ведення бізнесу», «Логіка та критичне мислення»
Освітні компоненти	«Працевлаштування та ділова кар'єра», кваліфікаційна робота бакалавра

Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми

Soft- skills / Загальні	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції
<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у</p>	<p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>

Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – Р)

- Р14.** Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- Р15.** Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
- Р18.** Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

<p>Анотація</p>	<p>Предметом вивчення навчальної дисципліни є вивчення полягає у тому, щоб навчити здобувачів вмінти формувати позитивний імідж, брати активну участь у розробці корпоративного іміджу. Навчальна дисципліна «Іміджмейкінг» є однією із складових комплексної підготовки фахівців галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».</p>
<p>Мета</p>	<p>викладання дисципліни є оволодіння практичними вміннями щодо формування позитивного іміджу, вмінні комунікувати з колегами.</p>
<p>Формат</p>	<p>Лекції (очний, дистанційний формат), практичні заняття (очний, дистанційний формат), консультації (очний, дистанційний формат), підсумковий контроль –залік (очний, дистанційний формат).</p>
<p>«Правила гри»</p>	<p>Курс передбачає роботу в колективі. Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Політика щодо дедлайнів та перескладання Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу. Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів. Політика академічної доброчесності Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.</p>

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Лекція 1	Тема 1. Іміджологія як наука та навчальна дисципліна.	Практичне заняття 1, 2	<i>Заняття 1</i> (семінар). Іміджологія як наука та навчальна дисципліна. <i>Заняття 2</i> (практичне заняття). Індивідуальна самостійна робота	Самостійна робота
Лекція 2	Тема 2. Типи іміджів.	Практичне заняття 3, 4	<i>Заняття 3</i> (семінар) Типи іміджів. <i>Заняття 4</i> (практичне заняття). Рішення ситуаційних задач.	
Лекція 3	Тема 3. Іміджмейкінг: сутність та основні принципи.	Практичне заняття 5, 6	<i>Заняття 5</i> (семінар) Іміджмейкінг: сутність та основні принципи. <i>Заняття 6</i> (практичне заняття) Індивідуальна самостійна робота	
Лекція 4	Тема 4. Основні закономірності побудови іміджу.	Практичне заняття 7, 8	<i>Заняття 7</i> (семінар) Основні закономірності побудови іміджу. <i>Заняття 8</i> (практичне заняття) Ситуаційні вправи.	
Лекція 5	Тема 5. Інструментарій іміджології та іміджеві стратегії.	Практичне заняття 9, 10	<i>Заняття 9</i> (семінар) Інструментарій іміджології та іміджеві стратегії. <i>Заняття 10</i> (практичне заняття) Індивідуальна самостійна робота	
Лекція 6	Тема 6. Зовнішній вигляд як запорука успішного ділового іміджу.	Практичне заняття 11,12	<i>Заняття 11</i> (семінар) Зовнішній вигляд як запорука успішного ділового іміджу. <i>Заняття 12</i> (практичне заняття) Обговорення ситуаційних вправ.	
Лекція 7	Тема 7. Формування корпоративного іміджу	Практичне заняття 13,14	<i>Заняття 13</i> (семінар) Формування корпоративного іміджу <i>Заняття 14</i> (практичне заняття) Індивідуальна самостійна робота	
Лекція 8	Тема 8. Підготовка та проведення ділових переговорів: інструменти, тактика, стратегія, психологічні аспекти.	Практичне заняття 15,16	<i>Заняття 15</i> (семінар) Підготовка та проведення ділових переговорів: інструменти, тактика, стратегія, психологічні аспекти. <i>Заняття 16</i> (практичне заняття) Рішення ситуаційних вправ.	

1. Іміджологія. Основні поняття Імідж в повсякденній свідомості. Імідж як образ, що існує в свідомості суб'єкта і впливає на сприймання ним дійсності. Структурні елементи іміджу.

2. Типологія іміджу Дзеркальний імідж. Поточний імідж. Бажаний імідж. Самоімідж. Особистий імідж. Реальний імідж. Корпоративний імідж. Політичний та професійний імідж. Поліфункціональність іміджу.

3. Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність. Іміджмейкінг як особлива практична галузь іміджології. Основні підходи до розуміння поняття — іміджмейкінг. Складові іміджмейкінгу

4. Іміджеві технології Особистісний імідж.Формування ділового іміджу. Розходження та подібність у діловому іміджі.

5. Соціально-психологічні передумови формування та функціонування іміджу. Вербальний імідж. Невербальний імідж Позичування, маніпулювання, міфологізація як основні інструменти впливу на аудиторію. Емоціоналізація, вербалізація, візуалізація як основні прийоми іміджування. Деталізація та метафоризація іміджу у соціальному просторі

6. Структура персонального іміджу Індивідуальний імідж в іміджології та соціальному просторі. Поняття людина, індивід, індивідуальність, особа, особистість. Особистість як джерело іміджевої інформації. Типології особистості та техніки іміджування. Особистий та публічний імідж: єдність, взаємозв'язок, специфіка..

7. Побудова ефективного іміджу Стратегії, техніки, технологія створення ефективного імідж-образу. Створення індивідуального стилю

8. Діловий імідж Імідж ділової людини. Імідж чоловіка. Імідж ділової жінки

9. Імідж лідера Філософія лідерства. Відмінності менеджера від лідера. Етапи створення персонального бренду керівника.

10. Створення іміджу організації (корпоративний імідж) Складові іміджу організації. Загальні ознаки іміджу організації. Провідні напрямки формування корпоративного іміджу фірмовий стиль, корпоративна культура. Основні параметри іміджу організації.

11. Корпоративний дрес-код. Дрес-код як корпоративний імідж компанії. Роль дрес-кода. Етапи втілення. Стил і мода.

Лекція 9	Тема 9. Технології формування політичного іміджу. Особливості формування позитивного іміджу України.	Практичне заняття 17,18	Заняття 17 (семінар) Технології формування політичного іміджу. Особливості формування позитивного іміджу України. Заняття 18 (практичне заняття) Контрольна робота	
----------	--	-------------------------	--	--

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Комп'ютери с програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: HohliBuilder, GoogleCharts, Vizualize-онлайн сервіси для створення інфографіки; Microsoft PowerPoint – візуалізація даних; Microsoft Power BI – аналітика та візуалізація даних.

Мультимедійний проєктор, маркерна дошка і екран;

Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://moodle-new.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=2352>

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основна література	<p>1. Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / 10 За наук. ред. В. М. Бебика. - К.: Університет «Україна», 2008. 217 с.</p> <p>2. Бондаренко І. С. Іміджелогія: Психологія іміджу: Навч.-метод. посібн. для студ. освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя: ЗНУ, 2014. 122 с.</p> <p>3. Бондаренко І. С. Іміджелогія: Імідж особистості: Навч.-метод. посібн. для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя: ЗНУ, 2014. 162 с.</p> <p>4. Бондаренко І. С. Іміджелогія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. 320 с.</p> <p>5. Бугрим В. В. Іміджелогія. Іміджмейкінг: навчальний посібник. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. 250 с.</p> <p>6. Варцаба Н. Комунікативні технології у процесі іміджмейкінгу та особливості їх застосування у сфері іміджу корпорації. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2018. № 4. С. 102-109. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2018_4_16.</p>	Додаткові джерела	<p>1. Палеха Ю. І. Іміджелогія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. 324 с.</p> <p>2. Хавкіна Л. М. Іміджелогія: навчально-методичний посібник Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 64 с.</p> <p>3. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»]. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 111 с..</p> <p style="text-align: center;">Інтернет-ресурси</p> <p>1. Офіційний сайт Президента України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.president.gov.ua/.</p> <p>2. Офіційний сайт Верховної Ради України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.zakon.rada.gov.ua/.</p> <p>3. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/.</p> <p>4. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishchaosvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/029-informatsiyna-bibliotechna-taarkhivna-sprava-bakalavr.pdf</p>
--------------------	--	-------------------	---

СИСТЕМА ОЦІНКИ

Склад модулів		Сума балів	ЕССТ	Оцінка	Рівень компетентності
Форми та методи контролю	Рейтингова оцінка, бали	90 - 100	А	відмінно	<p>Високий</p> <p>Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що дені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.</p>

Усне опитування на практичних заняттях	5	81 - 89	B	добре	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни
Виконання індивідуального завдання 1	20	75 - 80	C		Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.
Виконання індивідуального завдання 2	20	65 - 74	D	задовільно	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни
		55 - 64	E		Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни
Виконання індивідуального завдання 3	20	30 - 54	FX	незадовільно	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни
Тестування	10				
Модульна контрольна робота	25				
Підсумковий іспит	100	0 - 29	F		Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Вид навчальних занять та контролю	Розподіл між навчальними тижнями																		Вид підсумкового семестрового контролю
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
Лекції		2		2		2		2		2		2		2		2		2	ЗАЛІК
Практ. заняття	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Сам. робота	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
Консультації				Конс						Конс						Конс			
Поточний контроль	ВК	УО	ПЗ	УО	ПЗ	УО	ПЗ	УО	ПЗ		ПЗ	УО	ПЗ	УО	ПЗ	УО	ПЗ		
Модулі	●				М1				●	●					М2			●	
Контрольна робота																		КР	
Контроль самостійної роботи				ПК СР		ПК СР				ПКСР				ПК СР					

ВК – вхідний контроль; УО – поточне усне опитування; КР – письмова контрольна робота; ПКСР – проміжний контроль самостійної роботи; Конс. – консультація.

Опитування з приводу оцінювання якості викладання дисципліни «Іміджмейкінг»

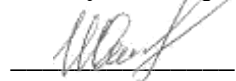
<https://docs.google.com/forms/d/12SDPD7XwuGSFkgIJHZE3xUTL828IigEEvm4RgBVwEA/edit>

Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри Менеджмент

Протокол № 1 від 29.08.2023

Завідувач кафедри:



/Фоміченко І.П./

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Декан факультету:



/Мироненко С.В./

«30» серпня 2023 р.



Розробник:



/Бившев Р.О./

Гарант освітньої програми:



/Бурцева О.Є./