

**Інформаційний пакет освітніх компонент навчального плану
освітньо-професійної програми «Документознавство та інформаційна діяльність»,
«Інформаційна аналітика та зв'язки з громадськістю»**

Освітнього рівня

бакалавр

Спеціальності

029 Інформаційна, бібліотечна і архівна справа

Галузь знань

02 Культура і мистецтво

1. Назва освітньої компоненти ІМІДЖОЛОГІЯ

2. Тип вибіркова

3. Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінар	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	5	150	20	-	30	-	100

4. Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	1. Теорія і практика комунікацій 2. Конфліктологія і теорія переговорів
Освітні компоненти для яких є базовою	1. Теорія і практика зв'язків з громадськістю

5. Компетенції відповідно до ОПІ та вимог роботодавців:

Компетенції відповідно до ООП

1. Вміти виділяти іміджеві характеристики та техніки побудови і управління іміджем у різних сферах життєдіяльності; орієнтуватися в мовно-риторичному середовищі.
2. Опанувати та застосовувати технології системного аналізу інформаційної діяльності.
3. Використовувати PR та інші прикладні соціо-комунікаційні технології в умовах сучасної інформаційно-технологічної інфраструктури.

Компетенції відповідно до вимог роботодавців

1. Об'єктивно оцінити роль і значення іміджу в діяльності організації;
2. Використовувати імідж-технології; отримувати необхідні знання для підвищення іміджевих технік;
3. Вести діалог та здійснювати контроль під час комунікації. Формувати у людей приємне враження..
4. Конструювати імідж людини публічної професії.
5. Розробити самопрезентацію, об'єктивно оцінюючи себе та інших в колективі.
6. Користуватися імідж-технологіями у разі кризової чи нестандартної ситуації.
7. Корегувати імідж в залежності від корпоративних вимог; охарактеризувати імідж лідера, групи, організації.
8. Розробити стратегію побудови іміджу компанії, що викликатиме довіру і симпатію оточуючих.
9. Просувати власний бренд в діловому співтоваристві.

6. Результати навчання відповідно до ОПШ

Використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва.

7. План вивчення освітньої компоненти

Змістовний розділ	Вид заняття	Тема	Знати	Вміти	План заняття	Лекція, методична розробка
	Лекція 1	Тема 1. Іміджологія як наука	Зміст понять: «імідж», «іміджування», основні функції іміджу: Значення та призначення іміджології.	Розпізнавати іміджеву діяльність серед інших сфер.		
	Лекція 2	Тема 2. Історія та основні етапи розвитку категорії “імідж”	Досвід провідних кампаній, що досягли успіху завдяки правильній стратегії іміджування	Виявити та співставити подібність іміджевих дій у власній практиці		
	Лекція 3	Тема 3. Структура іміджу та його основні складові	Стереотипи поведінки, очікувані моделі поведінки, статусні символи, статусну ідентифікацію: наскільки особистість поєднує себе зі статусом	Підбирати необхідні дані для формування позитивного образу (особистості, організації, бренду)		

	Лекція 4,5	Тема 4. Іміджеві методики і технології.	Спеціальні проектно-аналітичні, мотиваційні, корегувальні інструментарії, які спрямовані на виявлення іміджевих ресурсів, розвиток іміджевих ресурсів та компетентностей	Моделювати імідж публічної особи		
	Лекція 6,7	Тема 5. Особистий та колективний імідж.	Взаємозв'язок менталітету і іміджу. Чинники які впливають на створення особистого іміджу: мода і стиль, поведінка і вчинки. Поняття колективного іміджу. Чинники формування позитивного колективного іміджу:	Аналізувати та корегувати собистісний імідж як імідж індивідуального суб'єкта, в основі формування якого лежать символи, що передають індивідуальні риси суб'єкта.		
	Лекція 8	Тема 6. Корпоративний імідж та особливості його використання.	Суть корпоративної культури та чинники які на неї впливають	Оцінити та смоделювати стан організації щодо її престижу, репутації, успіху, стабільності		
	Лекція 9,10	Тема 7. Ефективний діловий імідж.	Особливості ділового етикету та складові вербального і невербального іміджу	Надати оцінку та відтворити позитивний діловий імідж		
	Практичне заняття 1,2	Тема 1. Іміджологія як наука і мистецтво	Зміст понять: «імідж», «іміджування», основні функції іміджу: Значення та призначення іміджології.	Розпізнавати іміджеву діяльність серед інших сфер.		
	Практичне заняття 3,4	Тема 2. Ретроспектива розвитку категорії «імідж»	Досвід провідних кампаній, що досягли успіху завдяки правильній стратегії іміджування	Виявити та співставити подібність іміджевих дій у власній практиці		
	Практичне заняття 5,6	Тема 3. Складові іміджу та структура іміджування	Стереотипи поведінки, очікувані моделі поведінки, статусні символи, статусну	Підбирати необхідні дані для формування позитивного образу		

		ідентифікацію: наскільки особистість поєднує себе зі статусом	(особистості, організації, бренду)		
Практичне заняття 7,8	Тема 4. Методики іміджування і технології іміджування	Спеціальні проектно-аналітичні, мотиваційні, корегувальні інструментарії, які спрямовані на виявлення іміджевих ресурсів, розвиток іміджевих ресурсів та компетентностей	Моделювати імідж публічної особи		
Практичне заняття 9,10	Тема 5. Колективний імідж та його особистісна складова	Взаємозв'язок менталітету і іміджу. Чинники які впливають на створення особистого іміджу: мода і стиль, поведінка і вчинки. Поняття колективного іміджу. Чинники формування позитивного колективного іміджу:	Аналізувати та корегувати собистісний імідж як імідж індивідуального суб'єкта, в основі формування якого лежать символи, що передають індивідуальні риси суб'єкта.		
Практичне заняття 11,12	Тема 6. Корпоративне іміджування	Суть корпоративної культури та чинники які на неї впливають	Оцінити та смоделювати стан організації щодо її престижу, репутації, успіху, стабільності.		
Практичне заняття 13,14	Тема 7. Іміджеві технології у діловому середовищі	Особливості ділового етикету та складові вербального і невербального іміджу	Надати оцінку та відтворити позитивний діловий імідж.		
Практичне заняття 15	Тема 7. Методики ефективного ділового іміджування	Складові іміджу ділової людини	Сформувати власний образ, як образ ділової людини за умови роботи на посаді менеджера та керівника кампанії.		
Самостійна робота	1. Сутність іміджу: підходи до визначення; 2. Технологія створення	Поглибленні питання вивчення дисципліни: Зміст понять: «імідж»,	Формування знань для практичного вдосконалення		

		<p>власного іміджу</p> <p>3. Сучасні технології психодіагностики іміджу</p> <p>4. Принципи та підходи формування іміджу</p> <p>5. Зовнішність як фактор формування іміджу</p> <p>6. Соціально-психологічний тренінг як спосіб формування іміджу</p> <p>7. Методи самовдосконалення особистості менеджера</p> <p>8. Роль та функції іміджу в управлінській діяльності</p> <p>9. Спілкування як фактор формування іміджу</p> <p>10. Антистресова програма як складова частина роботи над іміджем</p> <p>11. Іміджеві компоненти та цінності</p> <p>12. Імідж організації як фактор ефективного управління</p> <p>13. Характеристики іміджу організації</p> <p>14. Іміджеві комунікації</p> <p>15. Інструменти</p>	<p>«іміджування», основні функції іміджу: Значення та призначення іміджології. Досвід провідних кампаній, що досягли успіху завдяки правильній стратегії іміджування</p> <p>Стереотипи поведінки, очікувані моделі поведінки, статусні символи, статусну ідентифікацію: наскільки особистість поєднує себе зі статусом</p> <p>Спеціальні проектно-аналітичні, мотиваційні, корегувальні інструментарії, які спрямовані на виявлення іміджевих ресурсів, розвиток іміджевих ресурсів та компетентностей</p> <p>Взаємозв'язок менталітету і іміджу. Чинники які впливають на створення особистого іміджу: мода і стиль, поведінка і вчинки. Поняття колективного іміджу. Чинники формування позитивного колективного іміджу: Суть корпоративної культури та чинники які на неї впливають</p> <p>Особливості ділового етикету та складові вербального і невербального іміджу</p>	<p>Розпізнавати іміджеву діяльність серед інших сфер:</p> <p>Виявити та співставити подібність іміджевих дій у власній практиці</p> <p>Підбирати необхідні дані для формування позитивного образу (особистості, організації, бренду)</p> <p>Моделювати імідж публічної особи</p> <p>Аналізувати та корегувати собистісний імідж як імідж індивідуального суб'єкта, в основі формування якого лежать символи, що передають індивідуальні риси суб'єкта.</p> <p>Оцінити та смоделювати стан організації щодо її престижу, репутації, успіху, стабільності</p> <p>Надати оцінку та відтворити позитивний діловий імідж</p> <p>Розпізнавати іміджеву діяльність серед інших сфер.</p> <p>Виявити та співставити подібність іміджевих дій у власній практиці</p> <p>Підбирати необхідні дані для формування позитивного образу</p>		
--	--	---	---	---	--	--

		<p>іміджмейкінгу</p> <p>16. Історія та природа іміджології</p> <p>17. Класифікація характеристик іміджу</p> <p>18. Ознаки та структура корпоративного іміджу</p> <p>19. Види, принципи та формула іміджу</p>	<p>Зміст понять: «імідж», «іміджування», основні функції іміджу: Значення та призначення іміджології. Досвід провідних кампаній, що досягли успіху завдяки правильній стратегії іміджування</p> <p>Стереотипи поведінки, очікувані моделі поведінки, статусні символи, статусну ідентифікацію: наскільки особистість поєднує себе зі статусом</p> <p>Спеціальні проектно-аналітичні, мотиваційні, корегувальні інструментарії, які спрямовані на виявлення іміджевих ресурсів, розвиток іміджевих ресурсів та компетентностей</p> <p>Взаємозв'язок менталітету і іміджу. Чинники які впливають на створення особистого іміджу: мода і стиль, поведінка і вчинки.</p> <p>Поняття колективного іміджу. Чинники формування позитивного колективного іміджу: Суть корпоративної культури та чинники які на неї впливають</p> <p>Особливості ділового етикету та складові вербального і невербального</p>	<p>(особистості, організації, бренду)</p> <p>Моделювати імідж публічної особи</p> <p>Аналізувати та корегувати собистісний імідж як імідж індивідуального суб'єкта, в основі формування якого лежать символи, що передають індивідуальні риси суб'єкта.</p> <p>Оцінити та смоделювати стан організації щодо її престижу, репутації, успіху, стабільності.</p> <p>Надати оцінку та відтворити позитивний діловий імідж.</p> <p>Сформувати власний образ, як образ ділової людини за умови роботи на посаді менеджера та керівника кампанії.</p>		
--	--	--	--	--	--	--

			іміджу Складові іміджу ділової людини Поглибленні питання вивчення дисципліни			
8. Мова вивчення освітньої компоненти						
українська						
9. Інформаційне забезпечення освітньої компоненти						
1. 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. 2. Пономаренко В.С. Управління іміджем підприємства : монографія / В.С. Пономаренко, О.О. Ястремська. – Харків : ХНЕУ, 2012. – 240 с.						
10. Методи оцінювання, підсумкові звітності за освітньою компонентою						
Тестові завдання, залік						
11. Матеріально-технічне забезпечення освітньої компоненти						
Для проведення практичних занять з метою формування загальних та фахових компетенцій використовується спеціалізована лабораторія «Віртуальний офіс», яка оснащена сучасними комп'ютерами та ліцензійним програмним забезпеченням.						