



**Миколаївська філія Київського національного
університету культури і мистецтв**



КАФЕДРА КУЛЬТУРОЛОГІЇ

**Методичні рекомендації
для самостійної роботи з навчальної дисципліни «Іміджелогія»
для студентів 4 курсу спеціальності 034 «Культурологія»**

Миколаїв, 2021

Методичні рекомендації для самостійної роботи з навчальної дисципліни «Іміджелогія» для студентів 4 курсу спеціальності 034 «Культурологія» / Доній В.С.– Миколаїв: ВП «МФ КНУКіМ», 2021. – 12 с.

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри культурології
від 26 вересня 2021 року, протокол № 11.

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	4
Методика організації самостійної роботи студентів	8
Завдання до самостійної роботи студентів	9
Рекомендована література	11

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

В сучасному суспільстві актуальною стає проблема побудови власного іміджу, висвітлення індивідуальних рис образу, відмінність від конкурентів на візуальному рівні. Звідси, все більше уваги приділяється професійній діяльності по створенню іміджу – іміджмейкінгу. Під час вивчення дисципліни студенти ознайомляться з феноменом іміджу, отримають знання щодо сутності, типології, функціонального апарату цього явища.

Мета: сформувати у студентів розуміння ролі та значення іміджу, його впливу на формування цілісного уявлення про особливості позитивного та ефективного іміджу організації, що базується на теоретичних знаннях та практичних навичках самопрезентації у вербальному та невербальному спілкуванні.

Завдання курсу:

- ознайомити студентів з теоретичними основами функціонування образних систем у житті людини;
- сформувати навички свідомого використання іміджевих характеристик у різних сферах життєдіяльності;
- навчити технікам побудови і управління іміджем;
- роз'яснити системи маніпулятивних технологій впливу на масову свідомість задля розвитку критичного мислення, підвищення етичної складової власної роботи;
- представити ретроспекцію іміджевої інформації в історії науки і культури;
- визначити іміджеві алгоритми лідерства;
- надати базові вміння побудови корпоративного іміджу.

Предметом дисципліни є феномен іміджу та технології створення іміджу для здійснення успішної трудової діяльності.

Обсяг навчальної дисципліни

Кількість кредитів	Загальна кількість годин	Аудиторних годин	Самостійної роботи студента	Вид підсумкового контролю
3	90	30	60	залік

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми, опис теми, завдання для самостійної роботи	К-сть годин	Вид навчальної діяльності	Форми і методи навчання
<p><i>ТЕМА 1. Імідж як феномен сучасного світу</i></p> <p>Імідж та його природа. Іміджелогія в комплексі наук. Типізація іміджу. Поліфункціональність іміджу. Імідж як міфологічний архетип</p>	6	самостійна	Самостійна робота: опрацювання навчально-методичної літератури: конспектування, тезування.
<p><i>ТЕМА 2. Типологія іміджу</i></p> <p>Дзеркальний імідж. Поточний імідж. Бажаний імідж. Самоімідж. Особистий імідж. Реальний імідж. Корпоративний імідж. Політичний та професійний імідж. Поліфункціональність іміджу.</p>	6	самостійна	Самостійна робота: опрацювання навчально-методичної літератури: конспектування, тезування.
<p><i>ТЕМА 3. Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність.</i></p> <p>Іміджмейкінг як особлива практична галузь іміджології. Основні підходи до розуміння поняття іміджмейкінг. Складові іміджмейкінгу</p>	6	самостійна	Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування.

<p><i>ТЕМА 4. Іміджеві технології</i> <i>Особистісний імідж. Формування ділового іміджу. Розходження та подібність у діловому іміджі.</i></p>	6	самостійна	Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, рецензування.
<p><i>ТЕМА 5. Побудова ефективного іміджу</i> Стратегії управління особистісним іміджем. Техніки створення ефективного імідж-образу. Технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу. Створення індивідуального стилю. Використання символів під час створення іміджу</p>	6	самостійна	Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, рецензування; вирішення ситуаційних завдань.
<p><i>ТЕМА 6. Особливості створення ділового іміджу.</i> Імідж ділового чоловіка у сучасному світі. Види одягу й взуття для ділового чоловіка. Поєднання кольорів у чоловічому одязі. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду чоловіка. Імідж ділової жінки у сучасному. Види одягу і взуття для ділової жінки. Поєднання кольорів у жіночому одязі. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду жінки</p>	12	самостійна	Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, рецензування); індивідуальні завдання.

<p><i>ТЕМА 7. Соціально-психологічні передумови формування та функціонування іміджу.</i></p> <p>Вербальний імідж. Невербальний імідж. Позичювання, маніпулювання, міфологізація як основні інструменти впливу на аудиторію. Емоціоналізація, вербалізація, візуалізація як основні прийоми іміджування. Деталізація та метафоризація іміджу у соціальному просторі</p>	6	самостійна	Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, рецензування.
<p><i>ТЕМА 8. Створення іміджу організації (корпоративний імідж)</i></p> <p>Складові іміджу організації. Загальні ознаки іміджу організації. Провідні напрямки формування корпоративного іміджу фірмовий стиль, корпоративна культура. Основні параметри іміджу організації.</p>	6	самостійна	Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, рецензування; вирішення ситуаційних завдань.
<p><i>ТЕМА 9. Корпоративний дрес-код.</i></p> <p>Дрес-код як корпоративний імідж компанії. Роль дрес-кода. Етапи втілення. Стилi і мода.</p>	6	самостійна	Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, рецензування; вирішення ситуаційних завдань.

МЕТОДИКА ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Сутність, значення і основні завдання самостійної роботи. Види самостійних робіт. Вимоги до організації самостійної роботи.

Самостійна робота студента (СРС) - це форма організації навчального процесу, при якій заплановані завдання виконуються студентом під методичним керівництвом викладача, але без його безпосередньої участі та має становити не менше 50% часу, передбаченого для виконання основної освітньої програми, з урахування рекомендацій Міністерства освіти і науки України щодо кількості годин аудиторних занять на тиждень (не менше 1/3 і не більше 2/3 загального обсягу навчального часу, відведеного для вивчення конкретної дисципліни). СРС є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом під час позааудиторної навчальної роботи.

Метою СРС є засвоєння в повному обсязі навчальної програми та послідовне формування самостійності як риси характеру, що відіграє суттєву роль у формуванні сучасної моделі фахівця вищої кваліфікації, **для освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр:**

- а) систематичність та активність роботи на семінарських (практичних, лабораторних) заняттях;
- б) виконання завдань для самостійного опрацювання;
- в) виконання модульних (контрольних) завдань;

ЗАВДАННЯ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

ТЕМА 1. Імідж як феномен сучасного світу

1. Наведіть визначення поняття «імідж»
2. Визначте місце іміджології в комплексі наук.
3. Охарактеризуйте імідж як міфологічний архетип

ТЕМА 2. Типологія іміджу

1. Укладіть таблицю «Види іміджів».
2. Доберіть приклади реальних людей до кожного виду іміджу

ТЕМА 3. Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність.

1. Визначте основні інструменти іміджмейкінгу.
2. Наведіть приклади доречного використання засобів іміджмейкінгу.

ТЕМА 4. Іміджеві технології

1. Охарактеризуйте поняття особистісний імідж.
2. Утворіть модель особистісного іміджу.
3. Охарактеризуйте етапи формування ділового іміджу.
4. Проілюструйте формування ділового іміджу.

ТЕМА 5. Побудова ефективного іміджу

1. У чому сутність управління особистісним іміджем?
2. Охарактеризуйте техніки створення ефективного імідж-образу.
3. Визначте особливості технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу.
4. Прокоментуйте створення індивідуального стилю (уявна особа).

ТЕМА 6. Особливості створення ділового іміджу.

1. Охарактеризуйте імідж ділового чоловіка у сучасному світі.
2. Проілюструйте види одягу й взуття для ділового чоловіка.
3. Прокоментуйте поєднання кольорів у чоловічому одязі. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду чоловіка.
4. Охарактеризуйте імідж ділової жінки у сучасному.
5. Проілюструйте види одягу і взуття для ділової жінки. Поєднання кольорів у жіночому одязі. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду жінки

ТЕМА 7. Соціально-психологічні передумови формування та функціонування іміджу.

1. Створіть порівняльну таблицю «Вербальний імідж. Невербальний імідж».
2. Проілюструйте позиціювання, маніпулювання, міфологізація як основні інструменти впливу на аудиторію.
3. Охарактеризуйте емоціоналізацію, вербалізацію, візуалізацію як основні прийоми іміджування.

ТЕМА 8. Створення іміджу організації (корпоративний імідж)

1. Визначте складові іміджу організації.
2. Охарактеризуйте ознаки іміджу організації.
3. Визначте провідні напрямки формування корпоративного іміджу.
4. Зазначте основні параметри іміджу організації (на конкретному прикладі).

ТЕМА 9. Корпоративний дрес-код.

1. ***Напишіть ессе «Дрес-код як корпоративний імідж компанії».***
2. ***Визначте роль дрес-кода, прокоментуйте етапи втілення.***
3. ***Підготуйте презентацію на тему: «Стилі і мода».***

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. – К.: Університет «Україна», 2008. – 217 с. 2. Бугрим В. В. Іміджологія/ Іміджмейкінг: навчальний посібник. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. – 250 с.
2. Барна Н. В. Іміджмейкерство як різновид митецької діяльності в аспекті масової культури // Мистецтвознавчі записки.— К.: Міленіум, 2006.— № 10.— 210 с.
3. Барна Н. В. Образне іміджмислення в аспекті митецької діяльності / Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури.— К.: Міленіум, 2005.— № 15.— 276 с.
4. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз.— К., 2005.
5. Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії. – Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. – 320 с. (ISBN 978-966-599-541-8).
6. Демченко С. Міф та символ у рекламі та паблік рилейшнз // Біблія і культура: Зб. наук. статей.— Вип. 5 / За ред. А. Є. Нямцу.— Чернівці: Рута, 2003.— С. 235–239
7. Зусін В. Я. Етика и етикет ділового спілкування: навч. посіб. Київ, 2005. 156 с.
8. Зусін В. Я. Етика и етикет ділового спілкування: Навч. посіб.: 2%ге вид., перероб. і доп.— К.: Центр навч. літератури, 2005.— 224 с.
9. Іміджологія: навч.-метод. посіб. / [авт.-уклад. Л. М. Комарніцька]. Кам'янець-Подільський, 2018. 207 с.
10. Косяк В. А. Людина та її тілесність у різних формах культури : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. А. Косяк. – Суми : Університетська книга, 2010. – 318 с
11. Палеха Ю. І. Іміджологія: навч. посіб. / За заг. ред. З. І. Тимошенко. Київ, 2005. 105 с.

12. Палеха Ю. І. Іміджологія: Навч. посіб. / За заг. ред. З. І. Тимошенко.— К.: Видво Європ. Ун-ту, 2005.— 324 с.
13. Почепцов Г. Г. Имиджелогия: теория и практика. Киев, 1998. 324 с.
14. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. К. : Знання, 2000. - 507 с