

Форма № 09/18

Затверджена рішенням вченої ради ІДГУ
від 30.08.2018 р., протокол № 1

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ІЗМАЇЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ І СОЦІАЛЬНИХ НАУК
КАФЕДРА ЗАГАЛЬНОЇ ТА ПРАКТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ**

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

Навчально-методичною радою ІДГУ
Протокол № 4 від 15.01.2019 р.

Голова НМР  Н. М. Кольцун

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Психологія іміджу

(назва навчальної дисципліни)

освітній ступінь бакалавр
(назва освітнього ступеня)

галузь знань для всіх галузей знань
(шифр і назва галузі знань)

спеціальність для всіх спеціальностей
(код і назва спеціальності)

освітня програма / спеціалізація для всіх освітніх програм
(код і назва спеціальності)

тип дисципліни вибіркова
(обов'язкова / вибіркова / факультативна)

ПОГОДЖЕНО:

Гарант освітньо-професійної програми


Васильєва О.А.

(підпис, ініціали, прізвище)

РЕКОМЕНДОВАНО:

кафедрою загальної та практичної психології

протокол № 6 від 09.01.2019

Завідувач кафедри _

Прокоф'єва Л.О.

(підпис, ініціали, прізвище)

ПОГОДЖЕНО:

Голова науково-методичної ради факультету

Циганок І.Б.

(підпис, ініціали, прізвище)

Розробники програми:

Проданова Олена Миколаївна, викладач кафедри загальної та практичної психології

Рецензенти програми:

Мазоха Інна Степанівна, кандидат психологічних наук, доцент кафедри загальної та практичної психології

1. ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна	Заочна
Кількість кредитів: 4	<i>Лекції:</i>	
	20	6
Модуль: 1	<i>Практичні заняття:</i>	
Загальна кількість годин: 120	-	-
Рік вивчення дисципліни за навчальним планом: III	<i>Лабораторні заняття:</i>	
	-	-
Семестр: VI	<i>Семінарські заняття:</i>	
	28	6
Тижневе навантаження (год.):	<i>Консультації:</i>	
- аудиторне: 2	-	-
- самостійна робота: 6	<i>Індивідуальні заняття:</i>	
Форма підсумкового контролю: залік	-	-
Мова навчання: українська	<i>Самостійна робота:</i>	
	72	108

2. МЕТА ДИСЦИПЛІНИ

Предмет вивчення навчальної дисципліни: феномен іміджу та методичних прийомів психології створення іміджу для рішення практичних задач.

Метою вивчення дисципліни є: розкрити за допомогою лекційних та семінарських занять закономірності створення та функціонування іміджу, як складного соціально-психологічного феномену.

Передумови для вивчення дисципліни: оволодіння фаховими компетентностями, що формуються під час вивчення дисциплін «Загальна психологія», «Соціальна психологія», «Психодіагностика».

Міждисциплінарні зв'язки: проблематика курсу пов'язана з дисциплінами «Психологія переконуючої комунікації», «Психологія лідерства», «Психологія самоактуалізації особистості» та ін.

3. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути такі результати навчання:

Знання: визначати, аналізувати та пояснювати психічні явища, ідентифікувати психологічні проблеми та пропонувати шляхи їх розв'язання; демонструвати розуміння закономірностей та особливостей розвитку і функціонування психічних явищ в контексті професійних завдань; рефлексувати та критично оцінювати достовірність одержаних результатів психологічного дослідження, формулювати аргументовані висновки; формулювати мету, завдання

дослідження, володіти навичками збору первинного матеріалу, вміння дотримуватися процедури дослідження.

Уміння: ілюструвати прикладами закономірності та особливості функціонування та розвитку психічних явищ; складати та реалізовувати програму психопрофілактичних та просвітницьких дій, заходів психологічної допомоги у формі лекцій, бесід, круглих столів, ігор, тренінгів, тощо, відповідно до запиту; пропонувати власні способи вирішення психологічних задач і проблем у процесі професійної діяльності, приймати та аргументувати власні рішення щодо їх розв'язання; розуміти важливість збереження здоров'я (власного й навколишніх) та за потреби визначати зміст запиту до супервізі; презентувати результати власних досліджень усно / письмово для поінформованої аудиторії, формулювати розгорнутий аналіз та тези досліджень.

Комунікація: емпатійно взаємодіяти, вступати у комунікацію, бути зрозумілим, толерантно ставитися до осіб, що мають інші культуральні чи гендерно-вікові особливості; демонструвати навички командної роботи у процесі вирішення фахових завдань.

Автономність та відповідальність: здійснювати пошук інформації з різних джерел для вирішення професійних завдань в т.ч. з використанням інформаційно-комунікаційних технологій; здійснювати реферування наукових джерел, обґрунтовувати власну позицію, робити самостійні висновки; самостійно обирати та застосовувати валідний і надійний психодіагностичний інструментарій (тести, опитувальники, проєктивні методики тощо) психологічного дослідження та технології психологічної допомоги; демонструвати соціально відповідальну та свідому поведінку, слідувати гуманістичним та демократичним цінностям; демонструвати відповідальне ставлення до професійного самовдосконалення, навчання та саморозвитку.

4. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назви модулів / тем	Кількість годин (денна форма навчання)							Кількість годин (заочна форма навчання)						
		Аудиторні	Лекції	Семінарські (практичні)	Лабораторні	Консультації	Індивідуальні заняття	Самостійна робота	Аудиторні	Лекції	Семінарські (практичні)	Лабораторні	Консультації	Індивідуальні заняття	Самостійна робота
Психологічні аспекти іміджу															
1.	Поняття про імідж	6	2	4				9	2	1	1				13
2.	Імідж як об'єкт наукового дослідження	6	4	2				9	2	1	1				13
3.	Соціально-психологічна природа іміджу	6	4	2				9	1	1	-				13
4.	Види іміджу та їх соціально-психологічна характеристика	6	2	4				9	1	1	-				13

<i>Психологія створення іміджу</i>														
5.	Цілепокладання при створенні іміджу	6	4	2				8	2	1	1			13
6.	Врахування факторів, що впливають на формування індивідуального іміджу	6	4	2				8	2	1	1			13
7.	Створення корпоративного іміджу	6	4	2				8	1	-	1			13
8.	Підтримка, збереження та покращення іміджу	6	2	4				8	1	-	1			13
Проміжний контроль								4						4
Разом:		48	26	22				72	12	6	6			108

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

5.1. Зміст навчальної дисципліни за темами

Психологічні аспекти іміджу

Тема 1. Поняття про імідж.

Поняття іміджу. Імідж в повсякденній свідомості. Імідж як образ, що існує в свідомості суб'єкта і впливає на сприймання ним дійсності. Структурні елементи іміджу. Імідж в психології сприймання. Імідж в контексті «Я-концепції». Імідж в соціальній психології.

Тема 2. Імідж як об'єкт наукового дослідження.

Психологія іміджу як наукова дисципліна. Символічна природа іміджу. Сімеотика як наука про символи. Імідж в контексті Іміджелогія як прикладна наукова дисципліна. Професія іміджмейкер. Діяльність іміджмейкера по створенню іміджу клієнта. Розробка ефективних технологій іміджування. Іміджування в сфері політики, шоу-бізнесу та виробничо-торгівельній діяльності.

Тема 3. Соціально-психологічна природа іміджу.

Імідж в системі індивідуальної поведінки та соціального впливу. Створення іміджу як засобу подолання когнітивного дисонансу. Категоризація і сприймання іміджу.

Тема 4. Види іміджу та їх соціально-психологічна характеристика.

Особливості індивідуального іміджу. Індивідуальний імідж орієнтований на самовідчуття. Індивідуальний імідж, розрахований на сприймання оточуючими. Предметний імідж. Груповий імідж. Стереотипи. Корпоративний імідж.

Психологія створення іміджу

Тема 5. Цілепокладання при створенні іміджу.

Цільова установка створення індивідуального іміджу. Індивідуалізація, як вияв особистісного та професійного зростання. Риси, які цінуються в особистості та професіоналі. Статеві-віковий та освітньо-професійний фактори у створенні індивідуального іміджу.

Тема 6. Врахування факторів, що впливають на формування індивідуального іміджу.

Фізичні дані, як підґрунтя формування індивідуального іміджу. Врахування особистісних рис. Інтелектуальна та професійна складова формування іміджу.

Середовищний імідж: середовище в якому існує суб'єкт та речі які його оточують. Статусний та індивідуальний характер речей.

Габітарний імідж: костюм, макіяж, зачіска, прикраси.

Кінетичний імідж, як манера триматися і рухатися.

Вербальний імідж.

Тема 7. Створення корпоративного іміджу.

Адекватність, оригінальність та спрямованість іміджу. Мета створення корпоративного іміджу.

Визначення цільової аудиторії іміджу. Розробка концепції іміджу. Формування, впровадження і закріплення іміджу.

Основні засоби формування іміджу: фірмовий стиль, візуальні засоби, вербальні засоби, рекламні заходи, PR-засоби, представництво в мережі INTERNET.

Тема 8. Підтримка, збереження та покращення іміджу.

Репутація, як основний засіб збереження іміджу. Здатність поєднувати якісні і зовнішні характеристики предмету, корпорації, та спеціаліста.

Способи втрати довіри споживачів корпорацією та професіоналом.

Способи збереження іміджу професіоналом. Збереження особистісного здоров'я, як засіб досягнення адекватності.

5.2. Тематика семінарських занять.

Тема 1. Імідж як об'єкт психології

Тема 2. Соціально-психологічна природа іміджу.

Тема 3. Основні види іміджів та їх соціально-психологічна характеристика.

Тема 4. Психологічне підґрунтя створення іміджу: врахування особистісних властивостей та факторів впливу.

Тема 5. Психологічні основи збереження та поліпшення позитивного іміджу.

Тема 6. Психологічне підґрунтя технології створення корпоративного іміджу.

5.3. Організація самостійної роботи студентів.

№ з/п	Вид роботи	Кількість годин	Форми звітності
		д/зв	
1.	Підготовка до лекційних та семінарських занять	20/40	Конспект
2.	Підготовка до проміжного контролю	4/10	Модульна контрольна робота

3.	Виконання індивідуальних завдань: - реферати; - есе; - термінологічний словник; - розробка схем та таблиць.	15/20 15/20 10/10 8/8	захист реферату захист есе словник таблиці, схеми
	Разом	72/108	

Тематика індивідуальних завдань

Тематика рефератів:

1. Поняття корпоративного іміджу.
2. План створення корпоративного іміджу: визначення мети та цільових установок фірми (організації), аналіз адекватності вимог та реальності втілення.
3. Врахування репутації та інших характеристик об'єкту при створенні відповідного іміджу.
4. Визначення цільової аудиторії – реципієнтів іміджу.
5. Створення зовнішнього іміджу відповідно до цільової установки:
6. Продукція (послуги) як основна характеристика іміджу.
7. Зовнішні фактори, що впливають на імідж: престижність місце розташування, дизайн та функціональність приміщення.
8. Зовнішні аксесуари (символіка фірми): їх види та призначення.
9. Корпоративний стиль, як знакова система.
10. Реклама і використання засобів масової інформації у створенні іміджу.
11. Робота по підтримці і збереженню іміджу:
12. Ставлення до фірми її працівників: корпоративна етика та корпоративна поведінка.
13. Запобігання факторам, що здатні зруйнувати імідж та їх класифікація.
14. Заходи по відновленню іміджу, якому завдана шкода.

Тематика есе:

1. Імідж політичного діяча (за власним вибором).
2. Імідж «зірки» шоу-бізнесу (за власним вибором) .
3. Імідж корпорації (за власним вибором).
4. Імідж професії (за власним вибором).
5. Власний імідж, як імідж особистості та професіонала.
6. Дослідити особливості іміджу суб'єкта порівняно з іншими досліджуваними.
7. Визначити ступінь ефективності іміджу відповідно до проаналізованої мети його створення.
8. Сформулювати рекомендації щодо покращення проаналізованого іміджу.

Словник: імідж, сімеотика, імеджеологія, іміджмейкер, технології іміджування, когнітивний дисонанс, індивідуальний імідж, предметний імідж, груповий імідж, корпоративний імідж, стереотипи, індивідуалізація, особистість, середовищ ний імідж, статусний характер речей, індивідуальний характер речей, габі тарний імідж, кінетичний імідж, вербальний імідж, адекватність, цільова аудиторія, концепція іміджу, репутація, види іміджу, реципієнт іміджу, життєве самовизначення,

життєдіяльність особистості, індивідуальний стиль діяльності, інтелектуальний коефіцієнт.

6. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

6.1 *Форми поточного контролю:* семінарські заняття, індивідуальні завдання.

6.2 *Форми проміжного контролю:* модульна контрольна робота.

6.3 *Форми підсумкового контролю:* залік.

7. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Під час поточного контролю оцінюються відповіді студента на семінарських заняттях, результати самостійної роботи з науковою літературою та першоджерелами, а також якість виконання студентом індивідуального завдання у вигляді реферату та його презентації.

Модульна контрольна робота проводиться в письмовій формі та включає два теоретичні питання, відповіді на які дають можливість оцінити рівень оволодіння теоретичним матеріалом з дисципліни.

Зразок варіанту модульної контрольної роботи:

1. Поняття іміджу.
2. Структурні елементи іміджу.

8. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

8.1. *Шкала та критерії оцінювання знань студентів.*

Переведення підсумкового балу за 100-бальною шкалою оцінювання в підсумкову оцінку за традиційною шкалою

Підсумковий бал	Оцінка за традиційною шкалою
90-100	зараховано
70-89	
51-69	
26-50	не зараховано
1-25	

Схема розподілу балів

Максимальна кількість балів	70 балів (поточний контроль) – середньозважений бал оцінок за відповіді на семінарських заняттях та виконання індивідуальних завдань, який переводиться у 100-бальну шкалу з ваговим коефіцієнтом.0,7	30 балів (проміжний контроль) – за результатами виконання модульної контрольної роботи
Мінімальний пороговий рівень	35 балів (поточний контроль)	16 балів (проміжний контроль)

8.2. *Критерії оцінювання під час аудиторних занять*

Оцінка	Критерії оцінювання навчальних досягнень
5 балів	Оцінюється робота студента, який у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу, вільно послуговується науковою термінологією, розв'язує задачі стандартним або

	оригінальним способом, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки.
4 бали	Оцінюється робота студента, який достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу, розв'язує задачі стандартним способом, послуговується науковою термінологією. Але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.
3 бали	Оцінюється робота студента, який відтворює значну частину навчального матеріалу, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень, записує основні формули, рівняння, закони. Не здатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки.
2 бали	Оцінюється робота студента, який не володіє навчальним матеріалом у достатньому обсязі, проте фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає окремі питання навчальної дисципліни, не розкриває зміст теоретичних питань і практичних завдань.
1 бал	Оцінюється робота студента, який не в змозі викласти зміст більшості питань теми та курсу, володіє навчальним матеріалом на рівні розпізнавання явищ, допускає істотні помилки, відповідає на запитання, що потребують однослівної відповіді.
0 балів	Оцінюється робота студента, який не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його висвітлити, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань.

8.3. Критерії оцінювання індивідуальних завдань.

Вид	Максимальна кількість балів
реферат	5
есе	5
термінологічний словник	5
розробка схем та таблиць	5

8.4. Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Максимальна кількість балів за відповідь на 1 питання складає 15 балів. Критеріями оцінювання є: повнота відповіді, здатність критичного аналізу теоретичного матеріалу, вміння наводити аргументи та робити висновки.

8.5. Критерії оцінювання під час підсумкового контролю

Підсумкова оцінка виставляється за результатами поточного та проміжного контролю.

9. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

Вказуються за потреби.

10. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

10.1. Базова

- Перельгина Е.Б. Психология имиджа: Учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
- Ивлева Э.К. Имидж и управление: (Рабочая кн. руководителя). - Новосибирск, 1999. - 115с.
- Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям - М., 2002.
- Почепцов Г.Г. Имиджелогия. - 2-е изд., испр. и доп. - М., 2001. - 698с.
- Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. – СПб.: Алетейя, 2001. – 256 с.

10.2. Допоміжні джерела

- Аверченко Л.К. Имидж и личностный рост: учеб. пособие. - Новосибирск, 1999. - 146с.
- Биркенбил В. Язык интонации, мимики, жестов. СПб., 1997.
- Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. - М., 1980.
- Гуменная И.Г. Имидж фирмы: учеб. пособие / И.Г.Гуменная, Л.Е.Стровский. - Екатеринбург, 1997. – 92 с.
- Гуревич П.С. Приключения имиджа. Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. М., 1991.
- Дейвис Ф. Ваш абсолютный имидж: Кн. для политиков и бизнесменов, мужчин и женщин. - М., 1997. – 320 с.
- Джи Б. Имидж фирмы: Планирование, формирование, продвижение (Теория и практика менеджмента): пер. с англ. - СПб. и др., 2000. – 221 с.
- Дьячкова Э.К. Имиджелогия для руководителя. - Новосибирск, 1998. – 84 с.
- Имидж женщины-лидера / Л.Ю.Фалько, Л.В.Матвеева, Т.А.Кравцова, Н.Н.Номоканова. - Иваново, 1998. – 95 с.
- Криксунова И. Создай свой имидж. - СПб., 1997.
- Морган Г. Имиджи организации: Восемь моделей организационного развития: пер. с англ. - М.: Вершина, 2006. – 414 с. - (Актуальность. Компетентность. Достоверность).
- Нефедова И. Я и мой имидж / И.Нефедова, Е.Власова. - М., 1997. - 207с.
- Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер?: Или о том, как создавать свой имидж. - М., 1998. – 239 с.
- Панасюк А.Ю. Имидж: энцикл. слов. - М.: РИПОЛ классик, 2007. – 767 с. - (Библиотека энциклопедических словарей).
- Потемкина О.Ф. Способ создания психологического портрета и автопортрета. – М.: Наука, 1993.
- Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз. - Киев, 1996.
- Почепцов Г.Г. Символы в политической рекламе. - Киев, 1997.
- Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. - Київ, 1996.
- Романов А.А. Грамматика деловых бесед. - Тверь, 1995.
- Романов А.А. Управленческая имиджелогия / А.А.Романов, А.А.Ходырев. - Тверь, 1998. – 243 с.
- Рюкле Х. Ваше тайное оружие в общении. Мимика, жест, движение. -М., 1996.
- Сорина Е.А. Истоки имиджа или одежда женщины в азбуке общения (Одежда плюс психология) / Е.А.Сорина, Н.А.Сорина. - М., 1999. – 192 с.
- Спиллейн М. Создайте свой имидж. Руководство для женщин. - М., 1996.

Спиллейн М. Создайте свой имидж. Руководство для мужчин. - М., 1996.

10.3. Интернет-ресурсы

<http://www.isras.ru/>

<http://www.voppsy.ru/>

<http://www.psychology.ru/>

<http://www.psycheya.ru/>

<http://psichology.vuzlib.net/>

<http://www.psychе.ru/>

<http://www.flogiston.ru/>

<http://www.i-u.ru/biblio/>