



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ІЗМАЇЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

СИЛАБУС  
навчальної дисципліни

Психологія іміджу

**1. Основна інформація про дисципліну**

Тип дисципліни: вибіркова **Форма навчання:** денна/заочна  
Освітній ступінь: молодший бакалавр/бакалавр

Галузь знань: **08 Право**  
Спеціальність: **081 Право**  
Освітня програма: **Право**  
Рік навчання: **2,3** Семестр: **3,4,5,6**

**Кількість кредитів (годин):** 4 (120 год.: 20- лекції; 28- семінарські; 72 - самостійна робота)

**Мова викладання:** українська

**2. Інформація про викладача (викладачів)**

**ПІБ:** Проданова Олена Миколаївна

**Науковий ступінь, вчене звання, посада:** викладач кафедри загальної та практичної психології

**Кафедра:** кафедра загальної та практичної психології

**Робочій e-mail:** lepsa25@gmail.com

**Години консультацій на кафедрі:** п'ятниця, 14.40-16.00

**3. Опис та мета дисципліни**

Навчальна дисципліна «Психологія іміджу» буде корисною тому, що глобальні світові тенденції свідчать про те, що важливим елементом успішності окремого лідера, організації, партії чи держави в цілому, є її позитивний імідж, гарна репутація. Рекламні та політичні кампанії піклуються про створення і підтримання свого «ідеального» образу. Знання цих технологій неодмінно стануть у нагоді студентам всіх спеціальностей.

Курс «Психологія іміджу» дає можливість студентам отримати необхідні знання про тенденції розвитку та проблеми сучасної психології іміджу та оволодіти умінням застосовувати ці знання в безпосередній практичній та науковій діяльності та особистому житті.

Метою вивчення дисципліни «Психологія іміджу» є формування уявлення про психічне та психологічне підґрунтя іміджу, як активного і дійового суб'єктивного образу; розширення світоглядного і професійного горизонту, в результаті ознайомлення з закономірностями та особливостями створення та функціонування іміджів; ознайомлення з структурними компонентами, які формують імідж суб'єкта чи об'єкта та їх взаємозв'язок; набуття студентами навичок створення та корегування власного іміджу відповідно власних психічних властивостей та поставленої мети; набуття студентами навичок аналізу, пояснення і використання в практичній діяльності особливостей прояву іміджу інших суб'єктів, а також сприяти формуванню бачення особистої професійної кар'єри, застосовуючи психологічні елементи формування іміджу та технологію його побудови.

#### **4. Результати навчання**

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів компетентностей та програмних результатів навчання відповідно до освітньо-професійної програми: «Дошкільна освіта», державного стандарту підготовки молодшого бакалавра зі спеціальності 012 Дошкільна освіта

##### **1. Знання:**

- вміння володіти понятійно-категоріальним апаратом психології іміджу і його використання у професійній і повсякденній діяльності;
- засвоювати основні методи аналізу іміджу і особливості їх застосування;
- формування уявлень про соціокультурні основи психології іміджу, основні політичні процеси в суспільстві;
- з'ясувати ставлення до державних організацій на основі їхньої (не)популярності і успіху/провалу, (не)довіри і симпатії/антипатії людей, викликане конкретним типом іміджу;
- розуміння психологічних аспектів політичної влади, іміджу представників державних органів влади;
- формування базових вмінь зі збору та обробки даних для аналізу іміджу;
- прогнозування майбутнього організації.

##### **2. Уміння:**

- організувати, планувати та здійснювати дослідження іміджу;
- вміти пояснювати, оцінювати рівень іміджу;
- використання соціально-психологічних знань у процесі створення іміджу об'єкту чи суб'єкту, застосовувати методики аналізу психологічного портретування;
- створювати позитивний/негативний особистісний та діловий образ;
- вести агітацію під час виборчої кампанії;
- вміти корегувати імідж організації або людини.

##### **3. Комунікація:**

- емпатійна взаємодія, вступ у комунікацію, бути зрозумілим, толерантно ставитися до осіб, які мають інші культуральні чи гендерно-вікові відмінності;
- виявляти і вирішувати соціально-психологічні проблеми особистості у великих і малих соціальних групах;
- обґрунтовувати власну позицію, робити самостійні висновки за результатами власних досліджень і аналізу літературних джерел щодо тенденцій функціонування сучасної психології іміджу і грамотної побудови консультативного процесу;
- демонструвати навички командної роботи у процесі вирішення фахових завдань.

##### **4. 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.

#### **5. Структура дисципліни**

##### **Тема № 1. Поняття про імідж.**

Перелік питань/завдань, що виносяться на обговорення/опрацювання	Рекомендовані джерела, допоміжні матеріали та ресурси
<p><b>Лекція (2 год.):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття іміджу.</li> <li>2. Імідж в повсякденній свідомості.</li> <li>3. Імідж як образ, що існує в свідомості суб'єкта і впливає на сприймання ним дійсності.</li> <li>4. Структурні елементи іміджу.</li> <li>5. Імідж в психології сприймання.</li> <li>6. Імідж в контексті «Я-концепції».</li> <li>7. Імідж в соціальній психології.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна». 2008.— 217 с. <a href="http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1776_66617386.pdf">http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1776_66617386.pdf</a></li> <li>2. Горчакова В. Прикладная имиджология: учеб. пособ. / В. Горчакова. – М.: Академ. проект, 2007. – 400 с.</li> <li>3. Ковальчук А. С. Основы имиджологии и делового общения: учеб. пособ. для студ. вузов / А. С. Ковальчук. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 224 с. <a href="http://bulletinsite.net/index.php?id1=6&amp;category=business&amp;author=kovzichuk-as&amp;book=2004&amp;page=6">http://bulletinsite.net/index.php?id1=6&amp;category=business&amp;author=kovzichuk-as&amp;book=2004&amp;page=6</a></li> </ol>
<p><b>Семінарське заняття (4 год.):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття іміджу: суть, зміст, форми прояву.</li> <li>2. Поняття психології іміджу: мета, об'єкт та методи дослідження.</li> <li>3. Зв'язок психології іміджу з іншими галузями та напрямками психології</li> <li>4. Іміджологія як прикладна наукова дисципліна: мета, об'єкт та методи дослідження.</li> <li>5. Іміджологія як вид практичної діяльності: мета, об'єкт та методи діяльності.</li> <li>6. Професія іміджмейкер: суть діяльності, вимоги до спеціаліста.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха. – К.: Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с. Перельгіна Е. Б. Психологія іміджа: учеб. пособ. / Е. Б. Перельгіна. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с. <a href="https://obuchalka.org/20190507109094/psihologiya-imidja-pereligina-e-b-2002.html">https://obuchalka.org/20190507109094/psihologiya-imidja-pereligina-e-b-2002.html</a></li> <li>2. Почепцов Г. Г. Имиджология / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл.-бук.; К.: Ваклер, 2000. – 768 с. <a href="https://studfile.net/preview/6020515/">https://studfile.net/preview/6020515/</a></li> <li>3. Шепель В. Имиджология: как нравиться людям / В. Шепель. – М.: Народное образование, 2002. – 576 с. <a href="http://dedovkgu.narod.ru/bib/shepel.htm">http://dedovkgu.narod.ru/bib/shepel.htm</a></li> </ol>
<p><b>Завдання для самостійної роботи:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знайдіть в словниках, підручниках, спеціальних дослідженнях визначення поняття «імідж», «іміджологія», «іміджмейкер», «психологія іміджу». Дозволяється використання мережі Internet при коректному посиланні на джерело інформації (сайт, назва, авторство статті)</li> <li>2. Порівняйте визначення та виділіть суттєві (подібні) ознаки та відмінності</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Калениченко Р. А. Психологія іміджу: Навч. посіб. — К.: КиМУ, 2008. — 102 с. <a href="http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1636/1/1554_IR.PDF">http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1636/1/1554_IR.PDF</a></li> <li>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. <a href="http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:r-wYS84UHRcJ:www.kafedrajourn.org.ua/files/2016-12-07_16-08-48.doc+&amp;cd=2&amp;hl=ru&amp;ct=clnk&amp;gl=ua">http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:r-wYS84UHRcJ:www.kafedrajourn.org.ua/files/2016-12-07_16-08-48.doc+&amp;cd=2&amp;hl=ru&amp;ct=clnk&amp;gl=ua</a></li> <li>3. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації: [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»]. Запоріжжя:</li> </ol>

	<p>ЗНУ, 2016. 111с.</p> <p>4.Мазоренко М.О. Діловий імідж – професійно-важлива якість спеціаліста // Проблеми екстремальної та кризової психології. 2010. Вип.7. С.319-327.  <a href="https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/ProblemsOfExtremeAndCrisisPsychology/vol7/038.pdf">https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/ProblemsOfExtremeAndCrisisPsychology/vol7/038.pdf</a></p>
--	--

### Тема № 2. Імідж як об'єкт наукового дослідження.

Перелік питань/завдань, що виносяться на обговорення/опрацювання	Рекомендовані джерела, допоміжні матеріали та ресурси
<p><b>Лекція (4 год.):</b></p> <p>1.Психологія іміджу як наукова дисципліна.            2.Символічна природа іміджу.            3.Сімеотика як наука про символи.            4.Імідж в контексті Іміджології як прикладна наукова дисципліна.</p>	<p>1.Мазоренко М.О. Психологічна структура іміджу професіонала // Проблеми екстремальної та кризової психології. 2011. Вип.9. С.177-184.  <a href="https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/ProblemsOfExtremeAndCrisisPsychology/vol9/023.pdf">https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/ProblemsOfExtremeAndCrisisPsychology/vol9/023.pdf</a></p> <p>2.Бондаренко І.С. Іміджологія: психологія іміджу. Навч.-метод. посіб. — Запоріжжя: ЗНУ, 2014. — 122 с.  <a href="https://www.twirpx.com/file/2902583/">https://www.twirpx.com/file/2902583/</a></p> <p>3.Прус Н.О. Формування професійного іміджу майбутнього викладача іноземних мов. Дисертація. – Дніпро, 2017. – 242 с.  <a href="https://duan.edu.ua/images/head/Science/UA/Academic_Council/K_08_120_02/20549.pdf">https://duan.edu.ua/images/head/Science/UA/Academic_Council/K_08_120_02/20549.pdf</a></p>
<p><b>Семінарське заняття (2 год.):</b></p> <p>1.Діяльність іміджмейкера по створенню іміджу клієнта.            2.Розробка ефективних технологій іміджування.            3.Іміджування в сфері політики, шоу-бізнесу та виробничо-торгівельній діяльності.</p>	<p>1.Шепель В. Имиджология: как нравиться людям / В. Шепель. – М.: Народное образование, 2002. – 576 с.  <a href="http://dedovkgu.narod.ru/bib/shepel.htm">http://dedovkgu.narod.ru/bib/shepel.htm</a></p> <p>2.Калениченко Р.А. Психологія іміджу: Навч. посіб. — К.: КиМУ, 2008. — 102 с.  <a href="http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1636/1/1554_IR.PDF">http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1636/1/1554_IR.PDF</a></p>
<p><b>Завдання для самостійної роботи:</b></p> <p>Самомоніторинг</p> <p>1. Самооцінка та самотестування по заданим тренінговим програмам: комунікативні якості особистості, домінуючі цінності, індивідуальний стиль взаємовідносин з оточуючими, лідерські якості, здібності до саморозвитку.</p>	<p>1.Горчакова В. Прикладная имиджология: учеб. пособ. / В. Горчакова. – М.: Академ. проект, 2007. – 400 с.</p> <p>2.Катлипп С. М. Паблик рилейшнз: теория и практика : учеб. пособ. / С. М. Катлипп, А. Х. Сентер, Г. М. Брум. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2001. – 624 с.  <a href="https://www.studmed.ru/view/katlip-m-skott-senter-h-allen-brum-m-glen-pablik-rileyshezh-teoriya-i-praktika_42dc8667fcf.html">https://www.studmed.ru/view/katlip-m-skott-senter-h-allen-brum-m-glen-pablik-rileyshezh-teoriya-i-praktika_42dc8667fcf.html</a></p>

### Тема № 3. Соціально-психологічна природа іміджу

Перелік питань/завдань, що виносяться на обговорення/опрацювання	Рекомендовані джерела, допоміжні матеріали та ресурси
--	---

<p><b>Лекція (4 год.):</b>  1.Імідж в системі індивідуальної поведінки та соціального впливу.  2.Створення іміджу як засобу подолання когнітивного дисонансу.  3.Категоризація і сприймання іміджу.</p>	<p>1.Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна», 2008.— 217 с.  <a href="http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1776_66617386.pdf">http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1776_66617386.pdf</a>  2.Горчакова В. Прикладная имиджология: учеб. пособ. / В. Горчакова. – М.: Академ. проект, 2007. – 400 с.</p>
<p><b>Семінарське заняття (2 год.):</b>  1. Символічна природа іміджу: особливості впливу символів на свідомість і підсвідомість.  2. Категоризація, як засіб сприйняття іміджу.  3. Індивідуальний імідж, орієнтований на самосприйняття, як засіб подолання психологічного дискомфорту  4. Індивідуальний імідж, орієнтований на зовнішнє сприйняття, як засіб забезпечення успішності суб'єкта .</p>	<p>1.Королько В. Г. Паблік рілейшнз: наукові основи, методика, практика: підручн. / В. Г. Королько. – К.: Видавн. дім «Скарби», 2001. – 400 с.  <a href="http://yanko.lib.ru/books/cultur/korolko-pr.htm">http://yanko.lib.ru/books/cultur/korolko-pr.htm</a>  2.Ковальчук А. С. Основы имиджологии и делового общения: учеб. пособ. для студ. вузов / А. С. Ковальчук. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 224 с.  <a href="http://bulletinsite.net/index.php?id1=6&amp;category=business&amp;author=kovzichuk-as&amp;book=2004&amp;page=6">http://bulletinsite.net/index.php?id1=6&amp;category=business&amp;author=kovzichuk-as&amp;book=2004&amp;page=6</a>  3.Палеха Ю. І. Іміджологія: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха. – К.: Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с.</p>
<p><b>Завдання для самостійної роботи:</b>  1.Словник: технології іміджування, когнітивний дисонанс, індивідуальний імідж, предметний імідж, груповий імідж, корпоративний імідж, стереотипи, індивідуалізація, особистість, середовищний імідж, статусний характер речей, індивідуальний характер речей,  2. Сформулюйте ключові запитання для дослідження іміджу підприємства в очах контактних аудиторій.</p>	<p>1.Калениченко Р.А. Психологія іміджу: Навч. посіб. — К.: КиМУ, 2008. — 102 с.  <a href="http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1636/1/1554_IR.PDF">http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1636/1/1554_IR.PDF</a>  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.  <a href="http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:r-wYS84UHRcJ:www.kafedrajourn.org.ua/files/2016-12-07_16-08-48.doc+&amp;cd=2&amp;hl=ru&amp;ct=clnk&amp;gl=ua">http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:r-wYS84UHRcJ:www.kafedrajourn.org.ua/files/2016-12-07_16-08-48.doc+&amp;cd=2&amp;hl=ru&amp;ct=clnk&amp;gl=ua</a></p>

#### Тема № 4. Види іміджу та їх соціально-психологічна характеристика

Перелік питань/завдань, що виносяться на обговорення/опрацювання	Рекомендовані джерела, допоміжні матеріали та ресурси
<p><b>Лекція (2 год.):</b>  1.Особливості індивідуального іміджу.  2.Індивідуальний імідж орієнтований на самовідчуття.  3.Індивідуальний імідж, розрахований на сприймання оточуючими.  4.Предметний імідж.  5.Груповий імідж.  6.Стереотипи.  7.Корпоративний імідж.</p>	<p>Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна». 2008.— 217 с.  <a href="http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1776_66617386.pdf">http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1776_66617386.pdf</a>  Королько В. Г. Паблік рілейшнз: наукові основи, методика, практика: підручн. / В. Г. Королько. – К.: Видавн. дім «Скарби», 2001. – 400 с.</p>

	<a href="http://yanko.lib.ru/books/cultur/korolko-pr.htm">http://yanko.lib.ru/books/cultur/korolko-pr.htm</a> Горчакова В. Прикладная имиджология: учеб. пособ. / В. Горчакова. – М.: Академ. проект, 2007. – 400 с.
<b>Семінарське заняття (4 год.):</b> 1. Особливості іміджу політика, підприємця, бізнесмена, викладача, вчителя. 2. Груповий імідж: суть, особливості створення та функціонування. 3. Предметний імідж: суть, особливості створення позитивного іміджу предмета. 4. Корпоративний імідж: суть, особливості створення та збереження	Катлипп С. М. Паблік рилейшнз: теория и практика: учеб. пособ. / С. М. Катлипп, А. Х. Сентер, Г. М. Брум. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2001. – 624 с. <a href="https://www.studmed.ru/view/katlip-m-skott-senter-h-allen-brum-m-glen-pablik-rileyshenz-teoriya-i-praktika_42dc8667fcf.html">https://www.studmed.ru/view/katlip-m-skott-senter-h-allen-brum-m-glen-pablik-rileyshenz-teoriya-i-praktika_42dc8667fcf.html</a> Ковальчук А. С. Основы имиджологии и делового общения: учеб. пособ. для студ. вузов / А. С. Ковальчук. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 224 с. <a href="http://bulletinsite.net/index.php?id1=6&amp;category=business&amp;author=kovzichuk-as&amp;book=2004&amp;page=6">http://bulletinsite.net/index.php?id1=6&amp;category=business&amp;author=kovzichuk-as&amp;book=2004&amp;page=6</a>
<b>Завдання для самостійної роботи:</b> Виконання творчих завдань. 1. Знайдіть в приклади ефективних та неефективних індивідуальних та групових іміджів. Дозволяється використання мережі Internet при коректному посиланні на джерело інформації (сайт, назва, авторство статті) 2. Порівняйте визначення та виділіть суттєві (подібні) ознаки та відмінності	Мойсеев В. А. Паблік рилейшнз: навч. посіб. / В. А. Мойсеев. – К.: Академвидав, 2007. – 224 с. Палеха Ю. І. Іміджология: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха. – К.: Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с. Перельгина Е. Б. Психология имиджа: учеб. пособ. / Е. Б. Перельгина. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с. <a href="https://obuchalka.org/20190507109094/psihologiya-imidja-pereligina-e-b-2002.html">https://obuchalka.org/20190507109094/psihologiya-imidja-pereligina-e-b-2002.html</a> Почепцов Г. Г. Имиджология / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл.-бук.; К.: Ваклер, 2000. – 768 с. <a href="https://studfile.net/preview/6020515/">https://studfile.net/preview/6020515/</a> Шепель В. Имиджология: как нравиться людям / В. Шепель. – М.: Народное образование, 2002. – 576 с. <a href="http://dedovkgu.narod.ru/bib/shepel.htm">http://dedovkgu.narod.ru/bib/shepel.htm</a> Калениченко Р.А. Психология іміджу: Навч. посіб. — К.: КиМУ, 2008. — 102 с. <a href="http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1636/1/1554_IR.PDF">http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1636/1/1554_IR.PDF</a>

**Тема № 5. Створення індивідуального іміджу: особистісний і професійний аспект**

<b>Перелік питань/завдань, що виносяться на обговорення/опрацювання</b>	<b>Рекомендовані джерела, допоміжні матеріали та ресурси</b>
<b>Лекція (4 год.):</b> 1. Цільова установка створення індивідуального іміджу. 2. Індивідуалізація, як вияв особистісного та професійного зростання.	Хавкіна Л. М. Іміджология: навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» / Л. М. Хавкіна. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 64 с.

<p>3.Риси, які цінуються в особистості та професіоналі.</p> <p>4.Статеві-віковий та освітньо-професійний фактори у створенні індивідуального іміджу.</p>	<p><a href="http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:r-wYS84UHRcJ:www.kafedrajourn.org.ua/files/2016-12-07_16-08-48.doc+&amp;cd=2&amp;hl=ru&amp;ct=clnk&amp;gl=ua">http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:r-wYS84UHRcJ:www.kafedrajourn.org.ua/files/2016-12-07_16-08-48.doc+&amp;cd=2&amp;hl=ru&amp;ct=clnk&amp;gl=ua</a></p> <p>Шавкун І. Г. Формування іміджу організації: [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»]. Запоріжжя: ЗНУ, 2016. 111с.</p> <p>Мазоренко М.О. Діловий імідж – професійно-важлива якість спеціаліста // Проблеми екстремальної та кризової психології. 2010. Вип.7. С.319-327.</p> <p><a href="https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/ProblemsOfExtremeAndCrisisPsychology/vol7/038.pdf">https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/ProblemsOfExtremeAndCrisisPsychology/vol7/038.pdf</a></p>
<p><b>Семінарське заняття (2 год.):</b></p> <p>1.Психологічний аспект формування особистого іміджу.</p> <p>2.Символіка особистого іміджу.</p> <p>3.Специфіка особистого іміджу в політиці, бізнесі і зовнішньокультурній діяльності.</p> <p>4.Структура особистого іміджу і засоби його аналізу.</p> <p>5.Порівняльний аналіз особистого іміджу російських і зарубіжних політиків.</p> <p>6.Практика аналізу іміджу особистості.</p>	<p>Мазоренко М.О. Психологічна структура іміджу професіонала // Проблеми екстремальної та кризової психології. 2011. Вип.9. С.177-184.</p> <p><a href="https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/ProblemsOfExtremeAndCrisisPsychology/vol9/023.pdf">https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/ProblemsOfExtremeAndCrisisPsychology/vol9/023.pdf</a></p> <p>Бондаренко І.С. Іміджологія: психологія іміджу. Навч.-метод. посіб. — Запоріжжя: ЗНУ, 2014. — 122 с.</p> <p><a href="https://www.twirpx.com/file/2902583/">https://www.twirpx.com/file/2902583/</a></p> <p>Прус Н.О. Формування професійного іміджу майбутнього викладача іноземних мов. Дисертація. – Дніпро, 2017. – 242 с.</p> <p><a href="https://duan.edu.ua/images/head/Science/UA/Academic_Council/K_08_120_02/20549.pdf">https://duan.edu.ua/images/head/Science/UA/Academic_Council/K_08_120_02/20549.pdf</a></p>
<p><b>Завдання для самостійної роботи:</b></p> <p>1.Словник: габітарний імідж, кінетичний імідж, вербальний імідж, адекватність, цільова аудиторія, концепція іміджу, репутація, види іміджу, реципієнт іміджу, життєве самовизначення, життєдіяльність особистості, індивідуальний стиль діяльності, інтелектуальний коефіцієнт.</p> <p>2.Зробити аналіз особистого іміджу на конкретному прикладі з порадами щодо його вдосконалення.</p>	<p>Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна». 2008.— 217 с.</p> <p><a href="http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1776_6661738_6.pdf">http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1776_6661738_6.pdf</a></p> <p>Королько В. Г. Паблік рілейшнз: наукові основи, методика, практика: підручн. / В. Г. Королько. – К.: Видавн. дім «Скарби», 2001. – 400 с.</p> <p><a href="http://yanko.lib.ru/books/cultur/korolko-pr.htm">http://yanko.lib.ru/books/cultur/korolko-pr.htm</a></p> <p>Горчакова В. Прикладная имиджология : учеб. пособ. / В. Горчакова. – М.: Академ. проект, 2007. – 400 с.</p>

**Тема № 6. Врахування факторів, що впливають на формування індивідуального іміджу.**

<p align="center"><b>Перелік питань/завдань, що виносяться на обговорення/опрацювання</b></p>	<p align="center"><b>Рекомендовані джерела, допоміжні матеріали та ресурси</b></p>
---	--

<p><b>Лекція (4 год.):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Фізичні дані, як підґрунтя формування індивідуального іміджу.</li> <li>2. Врахування особистісних рис.</li> <li>3. Інтелектуальна та професійна складова формування іміджу.</li> <li>4. Середовищний імідж: середовище в якому існує суб'єкт та речі які його оточують.</li> <li>5. Статусний та індивідуальний характер речей.</li> <li>6. Габітарний імідж: костюм, макіяж, зачіска, прикраси.</li> <li>7. Кінетичний імідж, як манера триматися і рухатися.</li> <li>8. Вербальний імідж.</li> </ol>	<p>Катлипп С. М. Паблік рилейшнз: теория и практика: учеб. пособ. / С. М. Катлипп, А. Х. Сентер, Г. М. Брум. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2001. – 624 с.  <a href="https://www.studmed.ru/view/katlip-m-skott-senter-h-allen-brum-m-glen-pablik-rileyshezh-teoriya-i-praktika_42dc8667fcf.html">https://www.studmed.ru/view/katlip-m-skott-senter-h-allen-brum-m-glen-pablik-rileyshezh-teoriya-i-praktika_42dc8667fcf.html</a></p> <p>Ковальчук А. С. Основы имиджологии и делового общения: учеб. пособ. для студ. вузов / А. С. Ковальчук. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 224 с.  <a href="http://bulletinsite.net/index.php?id1=6&amp;category=business&amp;author=kovzichuk-as&amp;book=2004&amp;page=6">http://bulletinsite.net/index.php?id1=6&amp;category=business&amp;author=kovzichuk-as&amp;book=2004&amp;page=6</a></p> <p>Мойсеев В. А. Паблік рилейшнз: навч. посіб. / В. А. Мойсеев. – К.: Академвидав, 2007. – 224 с.</p> <p>Палеха Ю. І. Іміджологія: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха. – К.: Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с.</p>
<p><b>Семінарське заняття (2 год.):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття іміджування, як основного виду діяльності іміджмейкера.</li> <li>2. План створення іміджу: визначення мети та цільових установок клієнта, аналіз адекватності вимог та реальності втілення.</li> <li>3. Врахування анатомічних та психофізіологічних характеристик об'єкту при створенні відповідного іміджу.</li> <li>4. Створення зовнішнього іміджу відповідно до цільової установки:       <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Одяг, як знаково-інформативна система. Значення і призначення стилю одягу.</li> <li>4.2. Психологічний зміст кольорів одягу та правила їх поєднання.</li> <li>4.3. Аксесуари: їх види та призначення.</li> <li>4.4. Зачіска, як знакова система</li> <li>4.5. Парфумерія як один із засобів створення іміджу.</li> </ol> </li> </ol>	<p>Перельгіна Е. Б. Психология имиджа: учеб. пособ. / Е. Б. Перельгіна. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.  <a href="https://obuchalka.org/20190507109094/psihologiya-imidja-pereligina-e-b-2002.html">https://obuchalka.org/20190507109094/psihologiya-imidja-pereligina-e-b-2002.html</a></p> <p>Почепцов Г. Г. Имиджология / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл.-бук. ; К.: Ваклер, 2000. – 768 с.  <a href="https://studfile.net/preview/6020515/">https://studfile.net/preview/6020515/</a></p> <p>Шепель В. Имиджология: как нравиться людям / В. Шепель. – М.: Народное образование, 2002. – 576 с.  <a href="http://dedovkgu.narod.ru/bib/shepel.htm">http://dedovkgu.narod.ru/bib/shepel.htm</a></p> <p>Калениченко Р.А. Психология іміджу: Навч. посіб. — К.: КиМУ, 2008. — 102 с.  <a href="http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1636/1/1554_IR.PDF">http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1636/1/1554_IR.PDF</a></p> <p>Хавкіна Л. М. Іміджологія: навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» / Л. М. Хавкіна. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 64 с.  <a href="http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:r-wYS84UHRcJ:www.kafedrajourn.org.ua/files/2016-12-07_16-08-48.doc+&amp;cd=2&amp;hl=ru&amp;ct=clnk&amp;gl=ua">http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:r-wYS84UHRcJ:www.kafedrajourn.org.ua/files/2016-12-07_16-08-48.doc+&amp;cd=2&amp;hl=ru&amp;ct=clnk&amp;gl=ua</a></p>
<p><b>Завдання для самостійної роботи:</b>      Самомоніторинг</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Самооцінка та самотестування по заданим тренінговим програмам</li> </ol>	<p>Шавкун І. Г. Формування іміджу організації: [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»]. Запоріжжя: ЗНУ, 2016. 111с.      Мазоренко М.О. Діловий імідж –</p>

	<p>професійно-важлива якість спеціаліста // Проблеми екстремальної та кризової психології. 2010. Вип.7. С.319-327.  <a href="https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/ProblemsOfExtremeAndCrisisPsychology/vol7/038.pdf">https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/ProblemsOfExtremeAndCrisisPsychology/vol7/038.pdf</a></p>
--	---

## Тема № 7. Створення корпоративного іміджу.

Перелік питань/завдань, що виносяться на обговорення/опрацювання	Рекомендовані джерела, допоміжні матеріали та ресурси
<p><b>Лекція (4 год.):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Адекватність, оригінальність та спрямованість іміджу.</li> <li>2. Мета створення корпоративного іміджу.</li> <li>3. Визначення цільової аудиторії іміджу.</li> <li>4. Розробка концепції іміджу.</li> <li>5. Формування, впровадження і закріплення іміджу.</li> <li>6. Основні засоби формування іміджу: фірмовий стиль, візуальні засоби, вербальні засоби, рекламні заходи, PR-засоби, представництво в мережі INTERNET.</li> </ol>	<p>Мазоренко М.О. Психологічна структура іміджу професіонала // Проблеми екстремальної та кризової психології. 2011. Вип.9. С.177-184.  <a href="https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/ProblemsOfExtremeAndCrisisPsychology/vol9/023.pdf">https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/ProblemsOfExtremeAndCrisisPsychology/vol9/023.pdf</a></p> <p>Бондаренко І.С. Іміджологія: психологія іміджу. Навч.-метод. посіб. — Запоріжжя: ЗНУ, 2014. — 122 с.  <a href="https://www.twirpx.com/file/2902583/">https://www.twirpx.com/file/2902583/</a></p> <p>Прус Н.О. Формування професійного іміджу майбутнього викладача іноземних мов. Дисертація. — Дніпро, 2017. — 242 с.  <a href="https://duan.edu.ua/images/head/Science/UA/Academic_Council/K_08_120_02/20549.pdf">https://duan.edu.ua/images/head/Science/UA/Academic_Council/K_08_120_02/20549.pdf</a></p>
<p><b>Семінарське заняття (2 год.):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття корпоративного іміджу.</li> <li>2. План створення корпоративного іміджу: визначення мети та цільових установок фірми (організації), аналіз адекватності вимог та реальності втілення.</li> <li>3. Врахування репутації та інших характеристик об'єкту при створенні відповідного іміджу.</li> <li>4. Визначення цільової аудиторії – реципієнтів іміджу.</li> <li>5. Створення зовнішнього іміджу відповідно до цільової установки: <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1. Продукція (послуги) як основна характеристика іміджу.</li> <li>5.2. Зовнішні фактори, що впливають на імідж: престижність місце розташування, дизайн та функціональність приміщення.</li> <li>5.3. Зовнішні аксесуари (символіка фірми): їх види та призначення.</li> <li>5.4. Корпоративний стиль, як знакова система.</li> <li>5.5. Реклама і використання засобів масової інформації у створенні іміджу.</li> </ol> </li> <li>6. Робота по підтримці і збереженню іміджу:</li> </ol>	<p>Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна». 2008.— 217 с.  <a href="http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1776_6661738_6.pdf">http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1776_6661738_6.pdf</a></p> <p>Королько В. Г. Паблік рілейшнз: наукові основи, методика, практика: підручн. / В. Г. Королько. — К.: Видавн. дім «Скарби», 2001. — 400 с.  <a href="http://yanko.lib.ru/books/cultur/korolko-pr.htm">http://yanko.lib.ru/books/cultur/korolko-pr.htm</a></p> <p>Горчакова В. Прикладная имиджология: учеб. пособ. / В. Горчакова. — М.: Академ. проект, 2007. — 400 с.</p> <p>Катлипп С. М. Паблік рілейшнз: теория и практика: учеб. пособ. / С. М. Катлипп, А. Х. Сентер, Г. М. Брум. — М.: Издат. дом «Вильямс», 2001. — 624 с.  <a href="https://www.studmed.ru/view/katlip-m-skott-senter-h-allen-brum-m-glen-pablik-rileyshenz-teoriya-i-praktika_42dc8667fcf.html">https://www.studmed.ru/view/katlip-m-skott-senter-h-allen-brum-m-glen-pablik-rileyshenz-teoriya-i-praktika_42dc8667fcf.html</a></p> <p>Ковальчук А. С. Основы имиджологии и делового общения: учеб. пособ. для студ. вузов / А. С. Ковальчук. — Ростов н/Д: Феникс, 2003. — 224 с.</p>

<p>6.1. Ставлення до фірми її працівників: корпоративна етика та 15 корпоративна поведінка.</p> <p>6.2. Запобігання факторам, що здатні зруйнувати імідж та їх класифікація.</p> <p>6.3. Заходи по відновленню іміджу, якому завдана шкода.</p>	<p><a href="http://bulletinsite.net/index.php?id1=6&amp;category=business&amp;author=kovzichuk-as&amp;book=2004&amp;page=6">http://bulletinsite.net/index.php?id1=6&amp;category=business&amp;author=kovzichuk-as&amp;book=2004&amp;page=6</a></p> <p>Мойсеев В. А. Паблік рілейшнз: навч. посіб. / В. А. Мойсеев. – К.: Академвидав, 2007. – 224 с.</p>
<p><b>Завдання для самостійної роботи:</b> Застосовуючи різні моделі формування іміджу, описати імідж двох різних компаній, що працюють у одній сфері (наприклад, СоСа-Cola та Pepsi, Apple та Huawei тощо). Аналогічним чином проаналізувати імідж: двох політичних партій; двох університетів; двох громадських організацій. Зробити висновки про привабливість іміджу цих організацій. Результати представити у вигляді презентації.</p>	<p>Палеха Ю. І. Іміджологія: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха. – К.: Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с.</p> <p>Перельгіна Е. Б. Психологія имиджа: учеб. пособ. / Е. Б. Перельгіна. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.</p> <p><a href="https://obuchalka.org/20190507109094/psihologiya-imidja-pereligina-e-b-2002.html">https://obuchalka.org/20190507109094/psihologiya-imidja-pereligina-e-b-2002.html</a></p> <p>Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл.-бук. ; К.: Ваклер, 2000. – 768 с.</p> <p><a href="https://studfile.net/preview/6020515/">https://studfile.net/preview/6020515/</a></p> <p>Шепель В. Имиджелогия: как нравится людям / В. Шепель. – М.: Народное образование, 2002. – 576 с.</p> <p><a href="http://dedovkgu.narod.ru/bib/shepel.htm">http://dedovkgu.narod.ru/bib/shepel.htm</a></p>

## Тема № 8. Підтримка, збереження та покращення іміджу.

<b>Перелік питань/завдань, що виносяться на обговорення/опрацювання</b>	<b>Рекомендовані джерела, допоміжні матеріали та ресурси</b>
<p><b>Лекція (2 год.):</b></p> <p>1.Репутація, як основний засіб збереження іміджу.</p> <p>2.Здатність поєднувати якісні і зовнішні характеристики предмету, корпорації, та спеціаліста.</p> <p>3.Способи втрати довіри споживачів корпорацією та професіоналом.</p> <p>4.Способи збереження іміджу професіоналом.</p> <p>5.Збереження особистісного здоров'я, як засіб досягнення адекватності.</p>	<p>Перельгіна Е. Б. Психологія имиджа : учеб. пособ. / Е. Б. Перельгіна. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.</p> <p><a href="https://obuchalka.org/20190507109094/psihologiya-imidja-pereligina-e-b-2002.html">https://obuchalka.org/20190507109094/psihologiya-imidja-pereligina-e-b-2002.html</a></p> <p>Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл.-бук. ; К.: Ваклер, 2000. – 768 с.</p> <p><a href="https://studfile.net/preview/6020515/">https://studfile.net/preview/6020515/</a></p> <p>Шепель В. Имиджелогия: как нравится людям / В. Шепель. – М.: Народное образование, 2002. – 576 с.</p> <p><a href="http://dedovkgu.narod.ru/bib/shepel.htm">http://dedovkgu.narod.ru/bib/shepel.htm</a></p>
<p><b>Семінарське заняття (4 год.):</b></p> <p>1. Вживання в образ: діяльнісні особистісні характеристики носія іміджу:</p> <p>1.1. Манера триматися як індикатор адекватності іміджу.</p> <p>1.2. Постава, пантоміміка та міміка, як діяльнісні компоненти іміджу.</p> <p>1.3. Особливості мови і мовлення: культура мовлення та груповий і професійний сленг.</p> <p>1.4. Ефективність професійної діяльності, як засіб формування і збереження іміджу.</p>	<p>Калениченко Р.А. Психологія іміджу: Навч. посіб. — К.: КиМУ, 2008. — 102 с.</p> <p><a href="http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1636/1/1554_IR.PDF">http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1636/1/1554_IR.PDF</a></p> <p>Хавкіна Л. М. Іміджелогія : навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» / Л. М. Хавкіна. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 64 с.</p> <p><a href="http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:r-">http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:r-</a></p>

<p>2. Опосередковані методи створення іміджу суб'єкта.</p> <p>3. Збереження іміджу:</p> <p>3.1. Фактори, що сприяють збереженню позитивного іміджу.</p> <p>3.2. Фактори, що сприяють руйнуванню позитивного іміджу.</p>	<p><a href="http://www.kafedrajourn.org.ua/files/2016-12-07_16-08-48.doc+&amp;cd=2&amp;hl=ru&amp;ct=clnk&amp;gl=ua">wYS84UHRcJ:www.kafedrajourn.org.ua/files/2016-12-07_16-08-48.doc+&amp;cd=2&amp;hl=ru&amp;ct=clnk&amp;gl=ua</a></p> <p>Шавкун І. Г. Формування іміджу організації: [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»]. Запоріжжя: ЗНУ, 2016. 111с</p>
<p><b>Завдання для самостійної роботи:</b></p> <p><i>Тематика есе:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Імідж політичного діяча (за власним вибором).</li> <li>2. Імідж «зірки» шоу-бізнесу (за власним вибором) .</li> <li>3. Імідж корпорації (за власним вибором).</li> <li>4. Імідж професії (за власним вибором).</li> <li>5. Власний імідж, як імідж особистості та професіонала.</li> <li>6. Дослідити особливості іміджу суб'єкта порівняно з іншими досліджуваними.</li> <li>7. Визначити ступінь ефективності іміджу відповідно до проаналізованої мети його створення.</li> <li>8. Сформулювати рекомендації щодо покращення проаналізованого іміджу.</li> </ol>	<p>Мазоренко М.О. Діловий імідж – професійно-важлива якість спеціаліста // Проблеми екстремальної та кризової психології. 2010. Вип.7. С.319-327. <a href="https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/ProblemsOfExtremeAndCrisisPsychology/vol7/038.pdf">https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/ProblemsOfExtremeAndCrisisPsychology/vol7/038.pdf</a></p> <p>Мазоренко М.О. Психологічна структура іміджу професіонала // Проблеми екстремальної та кризової психології. 2011. Вип.9. С.177-184. <a href="https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/ProblemsOfExtremeAndCrisisPsychology/vol9/023.pdf">https://nuczu.edu.ua/sciencearchive/ProblemsOfExtremeAndCrisisPsychology/vol9/023.pdf</a></p> <p>Бондаренко І.С. Іміджологія: психологія іміджу. Навч.-метод. посіб. — Запоріжжя: ЗНУ, 2014. — 122 с. <a href="https://www.twirpx.com/file/2902583/">https://www.twirpx.com/file/2902583/</a></p> <p>Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання /За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна». 2008.— 217 с. <a href="http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1776_66617386.pdf">http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1776_66617386.pdf</a></p>

## 6. Політика курсу

### Політика щодо відвідування навчальних занять.

Згідно з «Положенням про порядок оцінювання рівня навчальних досягнень студентів в умовах ЄКТС в ІДГУ» студенти мають обов'язково бути присутніми на семінарських заняттях. Студент, який з поважних причин, підтверджених документально, не мав був відсутній на семінарському занятті, має право на відпрацювання у двотижневий термін після повернення до навчання. Студент, який не використав надане йому право у встановлений термін або пропустив заняття без поважних причин, отримує за кожне пропущення заняття 0 балів. Студенти, які навчаються за індивідуальним графіком, мають в повному обсязі виконати додаткові індивідуальні завдання, попередньо узгодивши їх з викладачем. Присутність на модульній контрольній роботі є обов'язковою.

У випадку відсутності студента на проміжному контролі з поважної причини, підтвердженої документально, йому призначається інша дата складання модульної контрольної роботи.

### Політика академічної доброчесності.

Студенти мають дотримуватись правил академічної доброчесності відповідно до «Кодексу академічної доброчесності ІДГУ». Наявність академічного плагіату в студентських роботах є підставою для виставлення негативної оцінки. Списування студентів під час проведення модульної контрольної роботи є підставою для дострокового припинення її складання та виставлення негативної оцінки.

## 7. Проміжний і підсумковий контроль

### Форма проміжного контролю – контрольна робота у тестовій формі

#### Зразок модульної контрольної роботи

##### Варіант 1

1. До внутрішніх факторів, залежним від носія іміджу відносяться:
  - а) загальні фізичні дані, міміка, середовище проживання
  - б) комунікабельність, рівень моральності
  - в) всі відповіді вірні
  - г) всі відповіді не вірні
2. Кому належить вислів: «Керування іміджем — це керування враженнями»?
  - а) Г. Почепцову;
  - б) К. Юнгу;
  - в) Д. Маерсу.
3. Що ми розуміємо під терміном «іміджезнавство»?
  - а) технології з формування іміджу;
  - б) онтологію іміджу;
  - в) мистецтво вербального спілкування.
4. Формування ділового іміджу слід починати з ...
  - а) створення імідж-портрета
  - б) вибору стратегії
  - в) формулювання іміджевих цілей
5. Іміджологія — це дисципліна:
  - а) соціально-психологічна;
  - б) інтегративна;
  - в) гуманітарна.
6. Чому повинен відповідати робочий одяг?
  - а) внутрішній корпоративній культурі певної організації (компанії)
  - б) інтересам, нормам і смакам клієнтів організації
  - в) порі року
7. Які функції притаманні іміджу за дослідженнями Г. Почепцова?
  - а) ідентифікації, ідеалізації, протиставлення;
  - б) соціологізації, психологізації, контрастності;
  - в) візуалізації, порівняння, актуалізації.

#### Форма підсумкового контролю - залік.

#### 8. Критерії оцінювання результатів навчання

##### Шкала та схема формування підсумкової оцінки

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

Підсумковий бал	Оцінка за традиційною шкалою
90-100	відмінно
89-70	добре
51-69	задовільно
26-50	незадовільно
1-25	

Загальна оцінка за курс виставляється за результатами поточного та проміжного контролю. Під час поточного контролю оцінюються відповіді студента на семінарських заняттях та результати самостійної роботи. Нарахування балів за поточний контроль відбувається відповідно до «Положення про порядок оцінювання рівня навчальних досягнень студентів в умовах ЄКТС в ІДГУ» <http://idgu.edu.ua/wp->

<b>Максимальна кількість балів</b>	<b>70 балів</b> (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	<b>30 балів</b> (проміжний контроль) – за результатами виконання модульної контрольної роботи
<b>Мінімальний пороговий рівень</b>	<b>35 балів</b> (поточний контроль)	<b>16 балів</b> (проміжний контроль)

### Критерії оцінювання під час аудиторних занять

Досягнення студентів на семінарських заняттях, а також виконані ними індивідуальна та самостійна роботи оцінюються за шкалою від «0» до «5».

### Критерії оцінювання навчальних досягнень студентів на семінарських заняттях

<b>Оцінка</b>	<b>Критерії оцінювання навчальних досягнень</b>
<b>5 балів</b>	Оцінюється робота студента, який у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно й 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.
<b>4 бали</b>	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.
<b>3 бали</b>	Оцінюється робота студента, який відтворює значну частину навчального матеріалу, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень, записує основні формули, рівняння, закони. Однак не здатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки.
<b>2 бали</b>	Оцінюється робота студента, який достатньо не володіє навчальним матеріалом, однак фрагментарно, поверхово (без аргументації й обґрунтування) викладає окремі питання навчальної дисципліни, не розкриває зміст теоретичних питань і практичних завдань.
<b>1 бал</b>	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.
<b>0 балів</b>	Оцінюється робота студента, який не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його висвітлити, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань.

### Критерії оцінювання індивідуальних завдань

Вид	Максимальна кількість балів
Підготовка словника термінів	5
Написання есе (творчих робіт)	5
Підготовка презентації	5
Практичне завдання (самомоніторинг)	5

**Критеріями оцінювання виконання індивідуальних завдань** є вміння студента правильно відповісти на питання та вміти пояснити теоретичні засади, згідно з якими була дана відповідь.

Оцінювання *есе* чи *письмової творчої роботи* оцінюється за такими критеріями: вона має відображати власну позицію автора, бути достатньо обґрунтованою та не містити плагіату.

### Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Студенту пропонується 30 тестових питань. Правильна відповідь на 1 питання складає 1 бал. Максимальна кількість балів за виконання модульної контрольної роботи складає 30 балів, мінімальна – 16.

Викладач \_\_\_\_\_

(підпис)

Проданова О.М.

(ПІБ)

Затверджено на засіданні кафедри загальної та практичної психології  
протокол № \_\_\_\_\_ від « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ р.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ Прокоф'єва Л.О.