

Анотація на вибірккову навчальну дисципліну «Психологія іміджу та піару»

Рівень вищої освіти - *перший (бакалаврський) рівень вищої освіти*

Кількість кредитів – 5

Компонент освітньої програми: *вибіркковий*

Мова викладання: *українська*

Викладач: **Комарніцька Людмила Миколаївна**, кандидат філологічних наук,
e-mail: kob-1974@ukr.net

Опис дисципліни

1. **Актуальність курсу.** У сучасному інформаційному світі імідж та піар є невід’ємними складовими успішної діяльності як окремих осіб, так і організацій. Ефективне управління власним образом та комунікаціями стає ключовим чинником впливу на громадську думку, побудови довіри та досягнення стратегічних цілей. У світі високої конкуренції та інформаційного перенасичення вміння керувати громадською думкою, формувати та підтримувати позитивний імідж є надзвичайно важливим для професійного та особистісного успіху. Глибоке розуміння психології іміджу дозволяє ефективно впливати на сприйняття, емоції та поведінку людей, створюючи привабливий образ особи, компанії чи бренду. Сучасний ринок праці активно запитує спеціалістів, які володіють навичками з управління іміджем та PR-кампаніями, здатних ефективно діяти в умовах кризових ситуацій та швидких змін у суспільстві. Імідж є важливим елементом соціального капіталу, який впливає на взаємини у суспільстві, довіру та соціальну ідентичність.

2. **Мета дисципліни** – сформувати у студентів систему знань та професійних компетентностей в сфері іміджмейкінгу: технологій та технік побудови іміджу (суб’єкта, товару, послуги), створення іміджу в особистій та діловій сфері, здатність застосовувати іміджмейкінгові та піар технології у професійній діяльності.

3. **Завдання курсу** є ознайомлення студентів із основними поняттями, концепціями та теоріями психології іміджу та піару; вивчення історичних і сучасних підходів до створення, підтримки та управління іміджем; аналіз психологічних механізмів формування громадської думки та впливу на аудиторію; оволодіння методиками управління PR-кампаніями, зокрема в кризових ситуаціях; застосування інструментів цифрового маркетингу та соціальних медіа для просування іміджу; вивчення психологічних особливостей цільових груп та розробка комунікаційних стратегій відповідно до їх потреб; визначення чинників, що впливають на сприйняття іміджу в різних соціокультурних середовищах; розвиток креативності, критичного мислення та комунікаційних навичок; формування навичок самопрезентації, публічного виступу та управління власним іміджем; вивчення нових викликів у сфері управління іміджем та піаром у глобальному та цифровому середовищі.

4. Проблематика (зміст дисципліни), яка буде розглянута у процесі вивчення навчальної дисципліни:

Тема 1. Соціально-психологічна природа іміджу

Тема 2. Я-концепція як сукупність установок на імідж

Тема 3. Психологічні стратегії та техніки формування ефективного іміджу

Тема 4. Психологічний клімат та імідж організації

Тема 5. Соціально-психологічні особливості професійного іміджу працівника

Тема 6. Психологічні аспекти формування індивідуального іміджу працівника

Тема 7. Робота із соціальною інформацією при побудові іміджу працівника

Тема 8. Візуальний імідж ділової людини

Тема 9. Психологічні особливості побудови іміджу керівника

Тема 10. Самовдосконалення в структурі особистого іміджу фахівця

5. У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати і вміти:

знати:

- психологічну природу іміджу, принципи, напрями, методи та способи його формування;
- основні підходи до психології іміджу;
- основні чинники, які впливають на процес формування іміджу;
- загальну психологічну характеристику, структуру і розвиток іміджу сучасного фахівця;
- психологічні характеристики і властивості різних видів іміджу;
- особливості функціонування іміджу у сучасному суспільстві;

вміти:

- надавати психологічну допомогу керівникам і підлеглим для психологічного забезпечення формування іміджу;
- надавати практичні рекомендації щодо запобігання невдач і досягнення успіху при формуванні іміджу;
- вивчати соціально-психологічні характеристики працівників виконавчої та управлінської ланок і впроваджувати психологічні механізми формування привабливого іміджу сучасного фахівця;
- узагальнювати психологічні вимоги до важливих складових іміджу підприємця, управлінця, фахівця конкретної організації;
- формувати пропозиції щодо корекції компонентів професійного та особистісного іміджу фахівця в організації;
- узагальнювати результати і надавати пропозиції щодо формування позитивного іміджу працівників виконавчої та управлінської ланок на підприємстві, в організації.

6. Шкала оцінювання з навчальної дисципліни у балах за всі види навчальної діяльності, яка переводиться в оцінку за шкалою ECTS та у чотирибальну національну шкалу:

Сума балів за шкалою Інституту	Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		Іспит	Залік
90-100	A (відмінно)	Відмінно	Зараховано
82-89	B (дуже добре)	Добре	
75-81	C (добре)		
65-74	D (задовільно)	Задовільно	
60-64	E (достатньо)		
35-59	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)	Незадовільно	Не зараховано
1-34	F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)		

7. Критерії оцінювання складових поточного контролю навчальної діяльності студента

Компетенції (знання, уміння та навички), продемонстровані на навчальних заняттях (практичних, семінарських, лабораторних, враховуючи знання з тем, що виносяться на самостійне опрацювання) оцінюються за 100-бальною системою.

Оцінка в балах (за 100-бальною шкалою) за всі види навчальної діяльності	Критерії оцінювання
98-100	Студент має системні, дієві знання, виявляє неординарні творчі здібності у навчальній діяльності; використовує широкий арсенал засобів для обґрунтування та доведення своєї думки; розв'язує складні проблемні завдання; схильний до системно-наукового аналізу та прогнозу явищ; уміє ставити і розв'язувати проблеми, самостійно здобувати і використовувати інформацію; займається науково-дослідною роботою; логічно та творчо викладає матеріал в усній та письмовій формі; розвиває свої здібності й нахили; використовує різноманітні джерела інформації; моделює ситуації в нестандартних умовах.
94-97	Студент володіє узагальненими знаннями з навчальної дисципліни, аргументовано використовує їх у нестандартних ситуаціях; вміє знаходити джерела інформації та аналізувати їх, ставити і розв'язувати проблеми, застосовувати вивчений матеріал для власних аргументованих суджень у практичній діяльності (диспути, круглі столи тощо); спроможний за допомогою викладача підготувати виступ на студентську наукову конференцію; самостійно вивчити матеріал; визначити програму своєї пізнавальної діяльності; оцінювати різноманітні явища, процеси; займає активну життєву позицію.
90-93	Студент володіє глибокими і міцними знаннями та використовує їх у нестандартних ситуаціях; може визначати тенденції та суперечності різних процесів; робить аргументовані висновки; практично оцінює

Оцінка в балах (за 100-бальною шкалою) за всі види навчальної діяльності	Критерії оцінювання
	сучасні тенденції, факти, явища, процеси; самостійно визначає мету власної діяльності; розв'язує творчі завдання; може сприймати іншу позицію як альтернативну; знає суміжні дисципліни; використовує знання, аналізуючи різні явища, процеси.
86-89	Студент вільно володіє вивченим матеріалом, застосовує знання у дещо змінених ситуаціях, вміє аналізувати і систематизувати інформацію, робить аналітичні висновки, використовує загальновідомі докази у власній аргументації; чітко тлумачить поняття, категорії, нормативні документи; формулює закони; може самостійно опрацьовувати матеріал, виконує прості творчі завдання; має сформовані типові навички.
81-85	Знання студента досить повні, він вільно застосовує вивчений матеріал у стандартних ситуаціях; вміє аналізувати, робити висновки; відповідь повна, логічна, обґрунтована, однак з окремими неточностями; вміє самостійно працювати, може підготувати реферат і обґрунтувати його положення.
75-80	Студент правильно і логічно відтворює навчальний матеріал, оперує базовими теоріями і фактами, встановлює причинно-наслідкові зв'язки між ними; вміє наводити приклади на підтвердження певних думок, застосовувати теоретичні знання у стандартних ситуаціях; за допомогою викладача може скласти план реферату, виконати його і правильно оформити; самостійно користуватися додатковими джерелами; правильно використовувати термінологію; скласти таблиці, схеми.
70-74	Студент розуміє основні положення навчального матеріалу, може поверхнево аналізувати події, ситуації, робить певні висновки; відповідь може бути правильною, проте недостатньо осмисленою; самостійно відтворює більшу частину матеріалу; вміє застосовувати знання під час розв'язування розрахункових завдань за алгоритмом, користуватися додатковими джерелами.
65-69	Студент розуміє сутність навчальної дисципліни, може дати визначення понять, категорій (однак з окремими помилками); вміє працювати з підручником, самостійно опрацьовувати частину навчального матеріалу; робить прості розрахунки за алгоритмом, але окремі висновки не логічні, не послідовні.
60-64	Студент володіє початковими знаннями, здатний провести за зразком розрахунки; орієнтується у поняттях, визначеннях; самостійне опрацювання навчального матеріалу викликає значні труднощі.
50-59	Студент намагається аналізувати на основі елементарних знань і навичок; виявляє окремі властивості; робить спроби виконання вправ, дій репродуктивного характеру; за допомогою викладача робить прості розрахунки за готовим алгоритмом.
35-49	Студент мало усвідомлює мету навчально-пізнавальної діяльності, робить спробу знайти способи дій, розповісти суть заданого, проте відповідає лише за допомогою викладача на рівні „так” чи „ні”; може самостійно знайти в підручнику відповідь.

Оцінка в балах (за 100-бальною шкалою) за всі види навчальної діяльності	Критерії оцінювання
1-34	Студент володіє навчальним матеріалом на рівні засвоєння окремих термінів, фактів без зв'язку між ними: відповідає на запитання, які потребують відповіді „так” чи „ні”.

Оцінювання модульних контрольних робіт здійснюється за 100-бальною системою.

Оцінювання захист навчального матеріалу, що виноситься на самостійне вивчення для студентів заочної форми навчання здійснюється за 100-бальною системою.

8. ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Калениченко Р.А. Психологія іміджу: навч. посіб. Київ: КиМУ, 2018. 102 с.
2. Комарніцька Л.М. Іміджелогія: навч.-метод. посіб. Кам'янець-Подільський: ТОВ «Друкарня «Рута», 2018. 208 с.
3. Корольчук М.С., Крайнюк В.М., Марченко В.М. Основи психології: опорні конспекти, схеми, методики. Навч. посіб. для студентів ВНЗ. Київ: Ніка-Центр, 2018. 320 с.
4. Корольчук М.С., Корольчук В.М., Миронець С.М. Практична психологія. Навч. посіб. для студентів ВНЗ. Київ: Київ.нац.торг.ун-т, 2014. 268 с.
5. Шавкун І.Г. Формування іміджу організації: навч. посіб. для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра. Запоріжжя: ЗНУ, 2016. 111 с.
6. Хавкіна Л.М. Іміджелогія: навч.-метод. посіб. для студентів. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2013. 64 с.

Допоміжна література

7. Барна Н.В. Іміджелогія: навч. посіб. для дистанційного навчання. Київ: Університет «Україна», 2008. 217 с.
8. Жарая С.Б. Створення іміджу лідера. Етичний кодекс службовця місцевого самоврядування. Київ, 2007. 127 с.
9. Карпенко Н.В. Геополітичні аспекти іміджевого позиціонування України: автореф. дис. ... канд. політ. наук : 21.03.03; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2015. 22 с.
10. Корольчук М.С. Психологія реклами: навч. посіб. для студентів ВНЗ. Київ : КНТЕУ, 2016. 383 с.
11. Лагода О.М. Імідж як стилістична характеристика особистості // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архитектура. 2007. № 2. С. 82-89.
12. Моїсєєва А.С. Вплив політичних ризиків на формування політичного іміджу України // Політологічні записки. 2013. № 7. С. 31-46.

13. Корольчук М.С. Психодіагностика : навч. посіб. Київ : Ельга ; Ніка-Центр, 2012. 400 с.
14. Купцова І.І. Політичний імідж як складова легітимації політичної влади // Актуальні проблеми політики. Вип. 50, 2013. С. 201-209.
15. Романенко О.В. Наукові засади вивчення іміджу як психологічної категорії // Вісник національного університету оборони. Вип. 4 (41), 2014. С.293-298.
16. Чернега Н.С. Основні етапи розвитку наукових положень щодо змісту формування іміджу організації // Актуальні проблеми психології. Т. 1, Вип. 42, 2015. С. 87-91.
17. Чекалюк В. В. Формування іміджу України у ЗМІ: монографія. Київ : Академія Української преси : Центр вільної преси, 2016. 355 с.