

Чернігів – 2025

1.Опис навчальної дисципліни

Показник	Значення показника
Назва дисципліни	Іміджологія
Характеристика навчальної дисципліни	- Вибірковий освітній компонент - Дисципліна, що формує спеціальні компетентності
Освітній компонент вільного вибору	ВК 14
Кількість кредитів	
- за стандартом	30
- за ОПП (скорочений термін)	21
Кількість годин за навчальним планом:	
- Загальний обсяг	21
- Лекції	15
- Практичні заняття	6
- Самостійна робота	9
Метод підсумкового контролю	Залік
Розподіл	
- за курсами	2 курс
- за семестрами	3 семестр

2.Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою дисципліни «Іміджологія» є формування у студентів комплексної системи знань, умінь та навичок у сфері формування, управління та розвитку особистого та професійного іміджу, необхідних для ефективної професійної діяльності та успішної соціальної взаємодії. Ознайомлення із сутністю, структурою, функціями та принципами формування іміджу, з основними моделями та концепціями іміджу.

Завдання дисципліни «Іміджологія»:

- Забезпечити розуміння основних понять та категорій іміджології.
- Розглянути психологічні, соціологічні, комунікаційні та маркетингові аспекти формування іміджу.
- Розглянути складові особистого та професійного іміджу.
- Проаналізувати вплив зовнішнього вигляду, вербальної та невербальної комунікації, поведінки, етикету, самопрезентації на сприйняття іміджу.
- Вивчити особливості формування іміджу в різних професійних сферах.
- Розглянути етичні та правові аспекти іміджології.
- Розвинути навички самоаналізу та самооцінки.
- Сформувати вміння ефективної самопрезентації.
- Сприяти розвитку критичного мислення щодо аналізу іміджевих стратегій.

3. Структура навчальної дисципліни

№ п\п	Тема	Кількість годин				
		Всього годин	З них			
			Лекційні заняття	Практичні заняття	Семінарські заняття	Самостійна робота
1.	Теоретична іміджологія	5	5	-	-	3
1.1	Поняття іміджу.	2	2	-	-	2
1.2	Імідж у різних контекстах.	2	3	-	-	1
2.	Практична іміджологія	16	10	6	-	6
2.1	Інструменти іміджології: позиціювання, маніпулювання, міфологізація, емоціоналізація,	5	3	2	-	2
2.2	Інструменти іміджології: формат, вербалізація, деталізація.	5	3	2	-	2
2.3	Використання інструментарію іміджології.	2	2	-	-	1
2.4	Особливості застосування інструментів іміджології для розв'язання конкретних завдань.	4	2	2	-	1
Усього годин за курс:		21	15	6	-	9

4. Програма навчальної дисципліни

Розділ 1. Теоретична іміджологія

1.1 Поняття іміджу.

Імідж з погляду загальної психології. Імідж з погляду іміджології та соціальної психології. Імідж як складова сучасної цивілізації у структурі світу.

Самостійна робота (2)

1. Ознайомтеся з іміджем як складовою сучасної цивілізації у структурі світу.
2. Дослідити, чим розуміння іміджу відрізняється з погляду загальної психології, соціальної психології та іміджології.

1.2 Імідж у різних контекстах.

Іміджі політиків, поп-зірок. Іміджі організації, бізнесу. Іміджі країн. Індивідуальний, груповий, предметний та корпоративний іміджі. Особливості управління іміджем.

Самостійна робота (1)

1. Дослідити, у чому проявляються особливості предметного та корпоративного іміджів.

Розділ 2. Практична іміджологія

2.1 Інструменти іміджології: позиціювання, маніпулювання, міфологізація, емоціоналізація.

Самостійна робота (2)

1. Визначте основні інструменти побудови іміджу за Г.Г. Почепцовим та надайте їм характеристику.
2. Обґрунтуйте психологічні особливості управління іміджем.

Практичне заняття (2)

1. Розробка іміджевої концепції перукарського салону.

2.2 Інструменти іміджології: формат, вербалізація, деталізація.

Самостійна робота (2)

1. Порівняйте ефективність різних форматів іміджевої комунікації для різних цільових аудиторій.
2. Який взаємозв'язок існує між форматом, вербалізацією та деталізацією у процесі іміджевої комунікації? Проілюструйте свою відповідь прикладами.

Практичні заняття (2)

1. Створення та оформлення власної професійної сторінки (профілю).
2. Дослідження візуального стилю, комунікаційних стратегій та професійної поведінки відомих майстрів.

2.3 Використання інструментарію іміджології.

Акцентування інформації, архаїзація та заміна цілей. Подача суперечливих сигналів, дистанціювання та метафоризація. Візуалізація.

Самостійна робота (1)

1. *Охарактеризувати важливість використання інструментарію іміджології для успішної організації бізнес-діяльності.*

2.4 Особливості застосування інструментів іміджології для розв'язання конкретних завдань.

Психологічні особливості візуальної комунікації. Моделі візуальної комунікації.

Перформанс, жест і психологія вибору. Іміджеві стратегії.

Самостійна робота (1)

1. *Надайте коротку психологічну характеристику таких інструментів іміджології, як перформанс, жест.*

Практичні заняття (2)

1. Аналіз власного візуального іміджу як майстра-перукаря.
2. Створення індивідуального стилю майстра-перукаря.

5. Тематичний план

№ теми	Кількість годин на тему	Назва теми	Кількість годин на урок	№ уроку	Назва теми уроку
Розділ 1. Теоретична іміджологія					
1.1	2	Поняття іміджу.	1	1	Імідж з погляду загальної психології. Імідж з погляду іміджології та соціальної психології.
			1	2	Імідж як складова сучасної цивілізації у структурі світу.
2.1	3	Імідж у різних контекстах.	1	3	Іміджі політиків, поп-зірок. Особливості управління іміджем.
			1	4	Іміджі організації, бізнесу. Іміджі країн. Особливості управління іміджем.
			1	5	Індивідуальний, груповий, предметний та корпоративний іміджі. Особливості управління іміджем.
Розділ 2. Практична іміджологія					
2.1	5	Інструменти іміджології: позиціювання, аніпулювання, міфологізація, емоціоналізація.	1	6	Інструменти іміджології: позиціювання.
			1	7	Інструменти іміджології: маніпулювання, міфологізація.
			1	8	Інструменти іміджології: емоціоналізація.
			2	9-10	Практичне заняття: Розробка іміджевої концепції перукарського салону.
2.2	5	Інструменти іміджології: формат, вербалізація, деталізація.	1	11	Інструменти іміджології: формат.
			1	12	Інструменти іміджології: вербалізація.
			1	13	Інструменти іміджології: деталізація.

			1	14	Практичне заняття: Створення та оформлення власної професійної сторінки (профілю).
			1	15	Практичне заняття: Дослідження візуального стилю, комунікаційних стратегій та професійної поведінки відомих майстрів.
2.3	2	Використання інструментарію іміджелогії.	1	16	Акцентування інформації, архаїзація та заміна цілей.
			1	17	Подача суперечливих сигналів, дистанціювання та метафоризація. Візуалізація.
2.4	4	Особливості застосування інструментів іміджелогії для розв’язання конкретних завдань.	1	18	Психологічні особливості візуальної комунікації. Моделі візуальної комунікації.
			1	19	Перформанс, жест і психологія вибору. Іміджеві стратегії.
			1	20	Практичне заняття: Аналіз власного візуального іміджу як майстра-перукаря.
			1	21	Практичне заняття: Створення індивідуального стилю майстра-перукаря.
Всього 21 година. З них 15 лекційних та 6 практичних занять					

6.Перелік компетентностей відповідно ОПП

«Іміджелогія»

Загальні компетентності:

- ЗК 5 Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

Спеціальні компетентності:

- СК 1 Здатність застосовувати теоретичні знання в області перукарського мистецтва та декоративної косметики, враховувати традиційні та сучасні техніки у власній професійній діяльності.
- СК 2 Здатність візуалізувати творчі задуми при створенні художніх образів та об'єктів дизайну перукарського мистецтва та декоративної косметики.
- СК 8 Здатність здійснювати міжособистісну, соціальну та професійну комунікацію в процесі виконання професійних завдань.
- СК 11 Здатність до професійного просування власних творчих компетентностей на ринку праці.

7.Перелік результатів навчання відповідно ОПП

«Перукарське мистецтво та декоративна косметика»

Результати навчання:

- РН4 Застосовувати базові поняття, концепції, принципи, техніки і технології в області перукарського мистецтва та декоративної косметики в процесі створення відповідних робіт.
- РН15 Проявляти ініціативу та креативні підприємницькі навички в професійній діяльності, у пошуку нових напрямів роботи та маркетингових комунікаціях.
- РН17 Презентувати власні професійні компетентності, створені об'єкти дизайну або їх елементи в професійному середовищі, враховуючи тенденції ринку праці у сфері перукарського мистецтва та декоративної косметики.

8.Критерії оцінювання навчальних досягнень студентів з навчальної дисципліни

«Іміджелогія»

для підготовки фахових молодших бакалаврів

за спеціальністю J 1 Послуги краси

Рівень	Оцінка	Критерії оцінювання навчальних досягнень
<i>Високий</i>	5	Студент володіє системними знаннями навчального матеріалу та ефективно їх застосовує для виконання практичних завдань, передбачених навчальною програмою. Відповідь студента повна, правильна, лаконічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення навчального матеріалу. Вміє самостійно знаходити і користуватися інформацією. Встановлює причинно-наслідкові та міжпредметні зв'язки. Робить аргументовані висновки. Правильно і усвідомлено застосовує всі види додаткової інформації, технічної та конструкторсько-технологічної документації в межах навчальної програми. Бездоганно виконує практичні завдання, як з використанням типового алгоритму, так і самостійно розробленим алгоритмом. Виявляє пізнавально-творчий інтерес до обраної професії, нової техніки, технології.
<i>Достатній</i>	4	Студент володіє основним системними знаннями навчального матеріалу в усній, письмовій і графічній формах, застосовує його при виконанні практичних завдань, як у типових так і дещо ускладнених умовах. Правильно застосовує термінологію. Аналізує, порівнює, систематизує інформацію, встановлює зв'язок з обраною професією, робить висновки. Його відповідь в цілому правильна, логічна і достатньо обґрунтована. Виконує завдання за типовим алгоритмом з консультацією викладача. Усвідомлено користується довідковою інформацією, дидактичним та роздатковим матеріалом, технічною та технологічною документацією. При виконанні практичних завдань та відповіді припускається несуттєвих помилок, які може виправити.
<i>Середній</i>	3	Студент без достатнього розуміння відтворює основні положення навчального матеріалу. Може частково аналізувати навчальний матеріал, порівнювати і робити висновки. Користується окремими видами дидактичного матеріалу. При відповіді та виконанні практичних завдань припускається помилок, які може частково виправити.
<i>Низький</i>	2	Студент з допомогою викладача може розпізнати окремі фрагменти навчального матеріалу. Неусвідомлено виконує окремі елементи практичних завдань, припускається суттєвих помилок.

9.Очікувані результати навчання з дисципліни

В результаті вивчення навчальної дисципліни «Іміджологія» здобувачі фахової передвищої освіти повинні **знати:**

- ✓ основні поняття та терміни у контексті сучасної іміджології;
- ✓ теоретичні основи іміджології;
- ✓ основні інструменти іміджології;
- ✓ етапи та стратегії формування іміджу;
- ✓ особливості формування іміджу в різних сферах діяльності.

вміти:

- ✓ аналізувати та оцінювати власний імідж;
- ✓ ефективно використовувати інструменти іміджології;
- ✓ планувати та реалізовувати стратегію особистого та професійного іміджу;
- ✓ дотримуватися норм ділового етикету та професійної поведінки;
- ✓ застосовувати знання іміджології в професійній діяльності.

10.Методи контролю результатів навчання

Поточний контроль:

- усне опитування;
- активність роботи на заняттях;
- виконання практичних робіт;
- доповіді, презентації на заняттях;
- виконання завдань самостійного опрацювання.

Проміжний контроль:

- проведення контрольних тестів/робіт;
- тематичне оцінювання;
- виконання практичних робіт;
- доповіді, презентації на семінарських заняттях;
- робота в малих групах;
- розробка творчих проектів.

Підсумковий контроль:

- семестрове оцінювання;
- річне оцінювання;
- залік.

11.Методи навчання

- Лекції, бесіди, пояснення;
- навчання з навчально/методичною літературою;
- дослідницький пошук за темами навчальної дисципліни;
- відеоконференції;
- онлайн-уроки на платформі classroom.google при дистанційному/змішаному навчанні;
- практичні роботи;
- тестування.

12.Методичне забезпечення

- Конспект лекцій;
- інструкції до практичних робіт;
- презентації;
- відеоролики;
- розроблені тести опитування;
- інтернет-ресурси;
- методичні посібники;
- власні напрацювання.

13.Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

Обладнання:

- 1) Персональний комп'ютер для вчителя
- 2) Телевізор
- 3) Ноутбук
- 4) Планшет

Програмне забезпечення:

- для перевірки знань Google форми та сайт Всеосвіта, LearningApps.org
- єдина корпоративна/освітня платформа Google Workspace for Education;

14. 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. Калениченко Р.А. Іміджологія сучасного телерадіоведучого: Навч. посіб. – К.: КиМУ, 2007. –106 с.
3. Калениченко Р.А. Психологія іміджу: Навч. посіб. – К.: КиМУ, 2008. – 102 с.
4. Калениченко Р.А. Соціологія та психологія впливів: Навч. посіб. – К.: КиМУ, 2009. – 87 с.
5. Конфліктологія і психологія управління: Навч. посібник / Р.А.Калениченко; А.С.Коханець. – К.: Компринт, 2021. – 167 с.
6. Пантелейчук І. Формування позитивного іміджу органівдержавної влади: теорія, методологія, практика: монографія. К. : Альтерпрес, 2011. 316 с.
7. Почепцов Г. Г. Іміджологія / Г. Г. Почепцов. – К.: Ваклер, 2000. 107 – 768 с.
8. Психологія бізнесу: навч. посібник / Р. А. Калениченко, А. С. Коханець, О. О. Нежинська. – Ірпінь: Державний податковийуніверситет, 2023. – 270 с.
9. Іміджологія: навч. посібник / Р.А. Калениченко, Є.О. Телебенева. – Київ: ЦП Компринт, 2023. 131 с.

15. Інформаційні ресурси

1. Навчальна платформа для дистанційного та змішаного навчання Google classroom
<http://surl.li/rovyz>
2. Інтернет ресурс You Tube
3. Всеукраїнська платформа Всеосвіта