

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова науково-методичної
ради НУВГП
e-підпис Олег ЛАГОДНЮК

08.11.2021

06-10-94 S

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

SYLLABUS

Іміджологія в ЗМК		Imageology in mass media	
Шифр за ОП	OK30	Code in Degree Programme	
Освітній рівень: бакалаврський (перший)		Level of education: Bachelor's (first)	
Галузь знань: Журналістика	06	Field of knowledge: Journalism	
Спеціальність: Журналістика	061	Field of study: Journalism	
Освітня програма: Журналістика		Degree Programme: Journalism	

Силабус навчальної дисципліни «Іміджологія в ЗМК» для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Журналістика» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 061 «Журналістика» галузі знань 06 «Журналістика». Рівне. НУВГП. 2021. 9 с.

ОПП на сайті університету:

<http://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/edu=5Fprograms/2017.html>

Розробник – Супрун Володимир Миколайович, доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри журналістики та українознавства.

Схвалено на засіданні кафедри журналістики та українознавства
Протокол № 01 від 30 серпня 2021 року

Завідувач кафедри – Малевич Леся Дмитрівна, кандидат філологічних наук, доцент.

Керівник освітньої програми – Супрун Володимир Миколайович, доктор філологічних наук, професор кафедри журналістики та українознавства

Схвалено науково-методичною радою з якості навчально-наукового інституту економіки та менеджменту.
Протокол №1 від 02 вересня 2021 року

Голова науково-методичної ради з якості навчально-наукового інституту економіки та менеджменту – Ковшун Наталія Едуардівна, доктор економічних наук, професор.

СЗ №-5849

© Супрун В.М., 2021
© НУВГП, 2021

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Ступінь вищої освіти	<i>Бакалавр</i>
Освітня програма	<i>«Журналістика»</i>
Спеціальність	<i>061 «Журналістика»</i>
Рік навчання	<i>4</i>
Семестр	<i>7</i>
Кількість кредитів	<i>3</i>
Лекції	<i>16 годин</i>
Практичні заняття	<i>14 години</i>
Самостійна робота	<i>60 годин</i>
Курсова робота	<i>ні</i>
Форма навчання	<i>денна</i>
Форма підсумкового контролю	<i>екзамен</i>
Мова викладання	<i>українська</i>

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА



Супрун Володимир Миколайович,
доктор філологічних наук, доцент,
професор кафедри журналістики та українознавства

Вікіситет	http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Супрун_Володимир_Миколайович
ORCID	<i>0000-0002-5290-3493</i>
Як комунікувати	v.m.suprun@nuwm.edu.ua <i>Актуальні оголошення – на сторінці дисципліни в системі Moodle</i>

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація навчальної дисципліни, мета та завдання

Дисципліна «Іміджологія в ЗМК» є обов'язковою міждисциплінарною компонентою освітньо-професійної програми «Журналістика» і передбачає вивчення основних засад формування й створення через ЗМК у суспільній свідомості віртуальних образів (іміджів). При опрацюванні цього курсу студенти ознайомляться з поняття іміджу, правилами його формування, навчатися розвивати впевненість у собі.

Мета вивчення навчальної дисципліни – сформувати в майбутніх журналістів знання, навички і механізми створення іміджу особистості, соціальної групи чи організації.

Основні завдання:

- формувати самоімідж;
- за допомогою власного іміджу розвивати впевненість у собі;
- через імідж-образ впливати на свідомість масової аудиторії;
- створювати гардероб з одягу для різних соціальних потреб;

	<ul style="list-style-type: none"> - долати труднощі у міжособистісній комунікації; - адекватно виглядати і правильно поводити себе під час інтерв'ю; - користуватись основними правилами етикету під час офіційних прийомів і застіль; - використовувати одержані знання у щоденній журналістській практиці
Покликання на розміщення навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle	https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=4322
Компетентності	<p>ЗК1.Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку та опрацювання інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 8.Здатність до міжособистісної взаємодії, працювати як самостійно, так і в команді.</p> <p>ФК5.Здатність ефективно просувати створений журналістський продукт, проводити дослідження для його промоції.</p> <p>ФК13.Формування в процесі професійної комунікації власних ідей щодо вирішення актуальних проблем суспільного характеру.</p>
Програмні результати навчання	<p>РН 4.Оцінювати свій або чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована та проведена самостійно або разом колегами.</p> <p>РН 5. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, ураховуючи теоретичні засади й методи соціально-комунікаційних наук.</p> <p>РН 10.Пропонувати створений медійний продукт, розміщувати інформацію про нього на різних платформах і планувати його ефективне просування.</p> <p>РН 17.Застосовувати інформаційні та комунікаційні технології, спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.</p>

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Іміджологія як наука

Тема 1. Становлення іміджології як науки

Кількість годин:

лекцій – 2, практичних занять – , самостійної роботи – 8

Визначення поняття «імідж». Види іміджу (особистісний і професійний). Виникнення іміджології як науки. Еволюція іміджології як напрямку в гуманітаристиці. Місце іміджології в сучасній гуманітаристиці та соціокомунікативістиці. Структура науки.

Тема 2. Сучасні підходи до іміджології як науки

Кількість годин:

лекцій – 2, практичних занять – 2, самостійної роботи – 8

Розвиток іміджології в Україні. Формальні та неформальні типи дослідження іміджології. Інструментальні засоби іміджології. Функції іміджу. Іміджологія в колі сумісних наук: а) зв'язок із семіотикою; б) зв'язок із психологією; в) зв'язок з філологією; г) зв'язок із соціологією; г) зв'язок із соціальними комунікаціями.

Тема 3. Типологічний спектр іміджу. Значення зовнішнього вигляду в

ІМІДЖКОМУНІКАЦІЇ

Кількість годин:

лекцій – 2, практичних занять – 2, самостійної роботи – 8

Теорії суспільного іміджу. Моделювання самоіміджу. Формування успішного іміджу: а) бажаний імідж; б) необхідний імідж. Дзеркальний і сторонній типи іміджу.

Самоідентифікація через одяг. Елементи чоловічого офіційно-ділового одягу. Вибір жіночого одягу для ділових та офіційних зустрічей. Національні особливості одягу і його вплив на імідж людини. Вплив кольористики костюму на особистість та оточення. Індивідуальність аксесуарів. Роль запаху для створення іміджу. Телевізійний грим для чоловіків і жінок у професійній діяльності журналістів.

Тема 4. Мовнокомунікативні акти у моделюванні іміджу в ЗМК

Кількість годин:

лекцій – 2, практичних занять – 2, самостійної роботи – 8

Особливості вербального комунікування. Культура мовлення. Шляхи підвищення культури мовлення для створення позитивного іміджу журналіста. Роль голосу у формуванні іміджу. Види основних труднощів у спілкуванні. Правила професійної комунікації. Роль мовного етикету. Методи мовного впливу на особистість. Уміння слухати як засіб успішної комунікації.

Змістовий модуль 2. Практична іміджологія

Тема 5. Імідж ділової комунікації

Кількість годин:

лекцій – 2, практичних занять – 2, самостійної роботи – 7

Ділове спілкування (ділова зустріч). Ділове листування. Імідж телефонного спілкування. Атрибутика бізнескомунікації (візитки, записники тощо).

Тема 6. Побудова ефективного іміджу журналіста

Кількість годин:

лекцій – 2, практичних занять – 2, самостійної роботи – 7

Стратегії управління особистісним іміджем. Техніки створення ефективного імідж-образу: а) вибір імені (неймінг); б) типізація; в) індивідуальний стиль. Використання символів під час створення іміджу. Особистісна атрибутика (деталі, які запам'ятовуються). Види інформації і канали її розповсюдження для ефективного створення іміджу в ЗМ

Тема 7. Паралінгвістичні іміджотворчі елементи комунікації

Кількість годин:

лекцій – 2, практичних занять – 2, самостійної роботи – 7

Фізіогноміка як наука. Основні параметри людського обличчя. Концентрація погляду для успішної іміджкомунікації. Роль міміки в невербальному спілкуванні

	журналіста. Елегантність манер у стратегії позитивного іміджу. Використання пантомімічних знаків у соціальній комунікації (жести, кінетика тіла, рукостискання тощо).
	Тема 8. Сприйняття та формування враження в іміджкомунікації. Принципи взаємодії іміджмейкера з клієнтом
	<i>Кількість годин: лекцій – 2, практичних занять – 2, самостійної роботи – 7</i>
	Синкретизм понять «сприйняття» і «відчуття». Вибірковість сприйняття. Керування враженнями. Позитивне і негативне враження. Механізми створення позитивного враження. Формування враження під впливом мас-медіа. Іміджмейкінг як практична діяльність та професія у сучасному світі. Проблеми управління масовою свідомістю у роботі іміджмейкера. Суспільний настрій і соціальний стереотип. Проблеми маніпулювання суспільною думкою. Психологія перетворення інформації у власну думку. Методи створення іміджефекту.
Методи, технології навчання та викладання	Інтерактивні та проблемні (лекції, бесіди, дебати, дискусії), практичні, проблемно-пошукові (семінари, самостійна робота, заняття з елементами дистанційного навчання, створення авторських матеріалів), інформаційно-ілюстративні, проєктного навчання, інформаційно-комунікаційні, діалогові.
Засоби навчання	Мультимедійні і проєкційні засоби, інформаційно-комунікаційні системи, програмне забезпечення, дидактичні матеріали.
Методи оцінювання та структура оцінки	Для досягнення мети та реалізації завдань курсу студентам потрібно засвоїти теоретичний матеріал, виконати індивідуальні, самостійні завдання до практичних занять, вчасно виконати модульні контрольні роботи. У підсумку вони можуть отримати такі обов'язкові бали : - 60 балів – за поточну роботу; - 40 балів – за модульний контроль (МК 1 – 20 балів, МК 2 – 20 балів), який може бути зараховано як підсумковий. Усього – 100 балів. Шкала оцінювання з детальним розподілом балів за темами наведена на сторінці навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle: https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=4322 Оцінювання виконаних завдань, у тому числі творчого характеру, здійснюється за такими критеріями (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа): 0% – завдання не виконано; 40% – завдання виконано частково, висновки не аргументовані і не конкретні; 60% – завдання виконано повністю, висновки містять окремі недоліки, судження студента не достатньо аргументовані; 80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки не системного характеру; 100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень. Шкала оцінювання з детальним розподілом балів за темами наведена на сторінці навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle: https://exam.nuwm.edu.ua/course/index.php?categoryid=61 Студенти можуть отримати додаткові бали за написання рефератів, есе дослідницького характеру, наукових статей або тез з тематики курсу. Тему дослідницької роботи можна вибрати самостійно за погодженням із викладачем. Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни.

Нормативні документи, що регламентують проведення поточного та підсумкового контролю знань студентів, можливість подання апеляції:
<http://ep3.nuwm.edu.ua/15311/>

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	екзамен	залік
90 – 100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

Місце навчальної дисципліни в освітній траєкторії здобувача

Дисципліна формує міжпредметні взаємозв'язки з іншими дисциплінами, зокрема з такими: «Теорія масової комунікації», «Прикладна мас-медійна логіка», «Правові та морально-етичні основи журналістики», «Реклама в ЗМК», «Основи ПР-технологій».

Поєднання навчання та досліджень

Студенти мають можливість додатково отримати бали за виконання індивідуальних завдань дослідницького характеру, а також можуть написати та опублікувати наукові статті, тези з тематики курсу.
 В освітньому процесі використовуються наукові дослідження викладача курсу.

Інформаційні ресурси

Основна література

1. Методичні вказівки до виконання практичних завдань та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Іміджологія в ЗМК» для здобувачів вищої освіти першого (бакалавського) рівня за освітньо-професійною програмою «Журналістика» спеціальності 061 «Журналістика» денної та заочної форми навчання [Електронне видання] / Супрун В. М. Рівне : НУВГП, 2021. 22 с.
2. Сацков Н.Я. Практический менеджмент. Донецк, 1998. 209 с.
3. Спиллейн М. Имидж женщины: пособие для процветающей женщины. Словакия, 1996. 158 с.
4. Спиллейн М. Имидж мужчины: пособие для процветающего мужчины. Словакия, 1996. 168 с.
5. Супрун В.М. Професійна іміджкомунікація: навчально-методичні вказівки для студентів спеціальності «Журналістика». Вінниця: Вінницька обласна друкарня, 2015. 20 с.
6. Супрун Л.В. Ділове спілкування: етика й культура: програма спецсемінару для студентів спеціальності 7.010103 «Українська мова і література та українознавство». Вінниця, 2004. 40 с.
7. Холод А.М. Искусство общения: учебное пособие для гимназий, лицеев и колледжумов. К., 2000. 90 с.
8. Холод А.М. Основы имиджологии. К., 2002. 172 с.
9. Холод О.М. Основы имиджологии. К., 2002. 240 с.

Додаткова література

1. Антипов К.В., Баженов Ю.К. Паблик рилейшнз для коммерсантов. М., 2000. 132 с.
2. Барыбина И.Ф., Долгорукова А.П. В паутине маркетинга. М., 1982. 116 с.
3. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих отношений. Минск, 1992. 384 с.
4. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое? М., 1994. 214 с.
5. Закутская Л.И. Улучшение языковой культуры украинцев как один из способов повышения имиджа нации. *Проблемы имиджологии: Материалы II Международной конференции 27 февраля 2001 года.* К., 2001. С. 91-94.

6. Кудин В.О. Якою бути нашої Україні? К., 1996. 160 с.
7. Кузин Ф.А. Имидж бизнесмена. М., 1996. 304 с.
8. Лаврентій А.С. Імідж як об'єкт наукового аналізу. *Вісник НАДУ. Серія «Державне управління»*. 2019. №3.
9. Маркичева Т., Ножин Н. Диалог с западным партнером как проблема «паблик рилейшнз». М., 1997. 214 с.
10. Маслоу А. Психология бытия. М. К., 1997. 212 с.
11. Мелещенко О.К., Чічановський А.А., Шкляр В.І. Інформація, інформаційний. Словник термінів і понять для журналістів і політологів. К., 2007. 72 с.

Інтернет-ресурси

https://studme.com.ua/.../imidzhelogiya_kak_iskusstvo_sozdaniya_obraza_effektivno
 Різун В. В. Теорія масової комунікації // Електронна бібліотека Інституту журналістики (www.journ.univ.kiev.ua).

ПРАВИЛА ТА ВИМОГИ

Дедлайни та перекладання	<p>Ліквідація академічної заборгованості здійснюється відповідно до «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/.</p> <p>Згідно з цим документом реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі.</p> <p>Перекладання модульних контролів здійснюється згідно з http://ep3.nuwm.edu.ua/15311/.</p> <p>Оголошення стосовно дедлайнів складання та перекладання оприлюднюються на навчальній платформі Moodle https://exam.nuwm.edu.ua/</p>
Правила академічної доброчесності	<p>За списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю студент <u>позбавляється</u> подальшого права здавати матеріал і в нього виникає академічна заборгованість.</p> <p>За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка відповідно до ступеня порушення.</p> <p>Усі здобувачі виконані навчальні завдання самостійно перевіряють на виявлення текстових запозичень через університетську платформу MOODLE http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Unplag</p>
Вимоги до відвідування	<p>Студенту не дозволяється пропускати заняття без поважних причин. За об'єктивних причин пропуску занять (довідка про хворобу, інша поважна причина) студенти можуть самостійно вивчити пропущений матеріал на платформі Moodle https://exam.nuwm.edu.ua/</p> <p>Студент має право оформити індивідуальний графік навчання відповідно до Положення http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/</p> <p>Здобувачі на заняттях можуть використовувати мобільні телефони та ноутбуки, але винятково з навчальною метою з цієї дисципліни.</p>

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

Правила отримання зворотної інформації про дисципліну	<p>Щосеместрово студенти проходять онлайн-опитування стосовно якості викладання та навчання викладачем цього курсу та стосовно якості освітнього процесу в НУВГП. Процес опитування регулюється Порядком опитування здобувачів вищої освіти та випускників стосовно якості освіти та освітньої діяльності у Національному університеті водного господарства та природокористування http://ep3.nuwm.edu.ua/17224/</p> <p>За результатами анкетування студентів викладачі можуть покращити якість</p>
---	---

	<p>навчання та викладання цієї та інших дисциплін. Результати опитування надсилають студентам.</p>
Оновлення	<p>З ініціативи викладача зміст цього курсу оновлюється щорічно з урахуванням змін у законодавстві України, наукових досягнень та сучасних практик у галузі журналістики.</p> <p>У викладанні цієї дисципліни враховано вимоги Закону України «Про вищу освіту», нормативні документи щодо організації освітнього процесу в закладах вищої освіти та Стандарт вищої освіти України галузі знань 06 Журналістика спеціальності 061 «Журналістика», затверджений і введений у дію наказом Міністерства освіти і науки України від 20.06.2019 № 864.</p> <p>Студенти також можуть долучатися до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачеві.</p>
Навчання осіб з інвалідністю	<p>Документ стосовно організації навчального процесу для осіб з інвалідністю доступний за покликанням http://ep3.nuwm.edu.ua/15913/</p> <p>У випадку навчання таких категорій здобувачів освітній процес цього курсу враховуватиме, за можливістю, усі особливі потреби здобувача.</p> <p>Викладач та здобувачі вищої освіти з цієї освітньої програми максимально сприятимуть організації навчання для осіб з інвалідністю та особливими освітніми потребами.</p>

Лектор

Супрун В.М., доктор філологічних наук, професор
кафедри журналістики та українознавства