

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування

Навчально науковий інститут економіки та менеджменту
Кафедра менеджменту та публічного врядування

07-06-21М

Методичні вказівки

до практичних завдань та самостійної роботи
з навчальної дисципліни «Іміджологія» для здобувачів
вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
за освітньо-професійною програмою «Публічне управління
та адміністрування» спеціальності 281
«Публічне управління та адміністрування»
денної та заочної форми навчання

Рекомендовано
науково-методичною радою
з якості ННІЕМ
Протокол № 5
від 14 листопада 2023 року

Рівне – 2023

Методичні вказівки до практичних завдань та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Іміджологія» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Публічне управління та адміністрування» спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» денної та заочної форми навчання. [Електронне видання] / Цецик Я. П. – Рівне : НУВГП, 2023. – 14 с.

Укладач: Цецик Я. П., к.і.н., доцент кафедри менеджменту та публічного врядування.

Відповідальний за випуск: Тихончук Л. Х, д. наук з держ. управління, доцент завідувач кафедри менеджменту та публічного врядування

Керівник групи забезпечення спеціальності к.е.н., доцент

Антонова С. Є.

© Я. П. Цецик, 2023

© НУВГП, 2023

Зміст

| | | |
|----|--|----|
| 1 | Вступ | 3 |
| 2 | Поради з планування і організації вивчення навчальної дисципліни | 5 |
| 3 | Тематика практичних робіт та самостійної роботи | 8 |
| 4 | Тема № 1..... | 8 |
| 5 | Тема №2..... | 8 |
| 6 | Тема № 3..... | 8 |
| 7 | Тема № 4..... | 9 |
| 8 | Тема № 5..... | 9 |
| 9 | Тема№6..... | 10 |
| 10 | Тема №7..... | 10 |
| 11 | Тема №8..... | 11 |
| 12 | Тема№9..... | 11 |
| 13 | Тема № 10..... | 12 |
| 14 | Оцінювання знань студентів..... | 12 |
| 14 | Список рекомендованої літератури..... | 13 |

1. Загальні завдання навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Іміджологія», призначена для вивчення здобувачами вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Публічне управління та адміністрування» спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» денної та заочної форми навчання, є вибірковою. Дисципліна орієнтована на оволодіння студентами основних принципів формування та вдосконалення іміджу.

У процесі вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти повинні оволодіти методикою формування іміджу, прийомами та методами психологічного впливу і переконання людей в процесі іміджотворюючої діяльності.

Відповідно до освітньо-професійної програми з навчальної дисципліни

Мета дисципліни – «Іміджологія» набуття студентами теоретичних навичок та практичних умінь із основ іміджової діяльності.

Предмет дисципліни «Іміджологія» - ключові напрями формування та вдосконалення іміджу особи, підприємства, оволодіння основними принципами взаємозв'язку публічних комунікацій з іміджотворюючою діяльністю, навчитися аналізувати основні види іміджу в структурі сучасного суспільства.

При вивченні даної дисципліни здобувачі вищої освіти повинні отримати компетенції:

- Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.
- Здатність бути критичним і самокритичним.
- Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- Здатність працювати в команді.
- Здатність планувати та управляти часом.
- Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
- Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- Навички міжособистісної взаємодії.
- Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів діяльності).
- Здатність до соціальної взаємодії, до співробітництва й розв'язання конфліктів.
- Здатність забезпечувати дотримання нормативно-правових та морально-етичних норм поведінки.
- Здатність представляти органи публічного управління у відносинах з іншими державними органами та органами місцевого самоврядування, громадськими об'єднаннями, підприємствами, установами та організаціями незалежно від форм власності, громадянами та налагоджувати ефективні комунікації з ними.

Результатами навчання, які набувають здобувачі вищої освіти вивчаючи дану дисципліну є:

- Використовувати базові знання з історичних, культурних, політичних, соціальних, економічних засад розвитку суспільства.
- Застосовувати норми та правила професійного спілкування українською мовою.
- Уміти організовувати та брати участь у волонтерських/культурно-освітніх/спортивних проектах, спрямованих на формування здорового способу життя / активної громадянської позиції.
- Уміти налагодити комунікацію між громадянами та органами державної влади і місцевого самоврядування.
- Використовувати дані статистичної звітності, обліку та спеціальних досліджень у професійній діяльності.
- Уміння використовувати іноземний досвід міжнародної міжрегіональної співпраці та реалізовувати євроінтеграційні завдання в публічному управлінні та адмініструванні.
- Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та свідомо на основі етичних, екологічних принципів, цінувати та поважати культурне різноманіття, індивідуальні відмінності людей.

2. Поради з планування і організації вивчення навчальної дисципліни

Самостійна робота здобувача вищої освіти є одним із ключових аспектів оволодіння ним навчальним матеріалом у вільний від обов'язкових занять час. Зміст самостійної роботи при вивченні дисципліни «Іміджологія» визначено навчальною програмою, завданнями та рекомендаціями викладача, даними методичними рекомендаціями.

Головною метою самостійної роботи є закріплення, поширення та вдосконалення набутих під час аудиторних занять знань, умінь та навичок.

Питання, що виникають у здобувачів вирішуються на консультаціях, які проводяться викладачем згідно з розкладом затвердженого кафедрою публічного управління, адміністрування та інформаційної діяльності.

Самостійна робота з дисципліни «Іміджологія»
опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу;

- вивчення окремих тем і завдань передбачених для самостійного опрацювання;
- підготовка до практичних занять;
- вирішення практичних завдань з пов'язаних із формуванням та вдосконаленням особистого іміджу студента.

Всі завдання самостійної роботи поділяються на обов'язкові та вибіркові, виконуються у визначені терміни та передбачають форми звітності щодо їх виконання. Обов'язкові завдання виконуються кожним здобувачем у процесі вивчення навчальної дисципліни, вибіркові є альтернативними.

Після виконання обов'язкових та вибіркових завдань у встановлені терміни студент звітує викладачеві, а набрані ним бали враховуються як кількість балів за поточну успішність у навчальній роботі.

Оцінювання результатів поточної успішності студентів (завдань, що виконуються під час практичних занять, виконання індивідуальних завдань, консультаціях, результати самостійної роботи проводиться за наступними критеріями у (відсотках балів, що виділені на виконання завдання з заокругленням до цілого числа):

- а) 100 % - завдання виконано вірно та вчасно, без зауважень;
- б) 80 % - завдання виконано вчасно й у повному обсязі, але присутні окремі незначні недоліки;
- в) 60% - завдання виконано вчасно, але містить значні недоліки у методиці чи практичній частині;
- г) 40 % - завдання виконано частково та містить суттєві помилки чи недоліки;
- д) 0 % - завдання взагалі не виконано.

У процесі вивчення дисципліни «Іміджологія» передбачено наступні види роботи викладача зі студентами:

- проведення індивідуальних консультацій згідно графіка затвердженого кафедрою державного управління, документознавства та інформаційної діяльності;

- перевірка виконання індивідуальних завдань поточного контролю та модульних контрольних робіт;

- проведення індивідуальних занять зі здобувачами вищої освіти з метою підвищення рівня їхньої підготовки та розвитку індивідуальних здібностей результатом чого може стати підготовка наукових доповідей, статей у фахових виданнях.

Контроль самостійної роботи здобувачів здійснюється на практичних та індивідуальних заняттях у формі поточного контролю, модульних контрольних робіт та перевірки якості виконання індивідуальних і домашніх завдань. У табл. 1 наведено завдання для самостійного опрацювання.

Таблиця 1

Перелік питань для підготовки доповіді, інформаційного повідомлення, презентації

| № з/п | Назва теми |
|-------|--|
| 1. | Системна характеристика іміджології її предмет, об'єкт, цілі та завдання |
| 2. | Функції та роль іміджу в структурі сучасного світу |
| 3. | Основні принципи роботи з іміджотворюючими якостями |
| 4. | Соціально-психологічні особливості формування іміджу |
| 5. | Імідж і PR: пошук ефективних методів впливу на аудиторію. |
| 6. | Особливості стилю одягу ділового чоловіка/жінки |
| 7. | Основні параметри іміджу організації. |
| 8. | Специфіка та стилі ведення ділових переговорів |
| 9. | Основні тактики створення іміджу політика |
| 10. | Чинники, що впливають на формування позитивного іміджу країни |

3. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ РОБІТ ТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Практичне заняття № 1.

Тема: Іміджологія як наука та навчальна дисципліна.

Мета: Ознайомити здобувачів з основними положеннями іміджології та її ролі у сучасному світі.

Норма часу (за навчальною програмою): 2 год.

Питання для обговорення.

1. Поняття іміджології, іміджологія як навчальна дисципліна.
2. Принципи, мета та завдання іміджології як навчальної дисципліни.
3. Історичні аспекти створення іміджу видатних політичних діячів.

Рекомендована література: 1, 2, 3, 4, 5.

Практичне заняття № 2.

Тема: Типи іміджів.

Мета: Визначити сутність, функції та складові іміджу.

Норма часу (за навчальною програмою): 2 год.

Питання для обговорення

1. Сутнісні характеристики іміджу. Класифікація іміджів. Складові іміджу.
2. Основні вимоги до створення позитивного образу (світовий та вітчизняний доробки).
3. Імідж та репутація, імідж і бренд – спільне і відмінне.

Рекомендована література: 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8.

Практичне заняття № 3.

Тема: Іміджмейкінг: сутність та основні принципи.

Мета: Визначити поняття та основні принципи іміджмейкінгу.

Питання для обговорення.

1. Цілі та завдання іміджмейкінгу. Основні терміни іміджмейкінгу.

2. Основні принципи організації іміджевих заходів (церемонії відкриття, прийоми, презентації, конференції, “круглі столи”, фестивалі, спонсорство тощо).

Норма часу (за навчальною програмою): 3 год.

Рекомендована література: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9.

Практичне заняття № 4.

Тема. Основні закономірності побудови іміджу.

Мета: З’ясувати зі здобувачами ключові фактори, що впливають на формування іміджу.

Питання для обговорення.

1. Алгоритм формування іміджу.
2. Когнітивні та комунікативні закономірності процесу створення іміджу.
3. Стратегічні і тактичні цілі й завдання формування іміджу

Норма часу (за навчальною програмою): 3 год.

Рекомендована література: 4, 5, 6, 7, 8, 9.

Практичне заняття № 5.

Тема: Інструментарій іміджології та іміджеві стратегії.

Мета: Проаналізувати зі здобувачами інструментарій та ключові стратегії формування іміджу.

Питання для обговорення.

1. Інструментарій іміджології: позиціонування, маніпулювання, міфологізація, емоціоналізація, вербалізація, деталізація, акцентування інформації, архаїзація, дистанціонування, метафоризація, дослідження громадської думки тощо. Імідж як спосіб візуальної комунікації.
2. Моделі візуальної комунікації.

Норма часу (за навчальною програмою): 4 год.

Основні поняття та терміни:

Рекомендована література: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9.

Практичне заняття № 6

Тема: Зовнішній вигляд як запорука успішного ділового іміджу.

Мета: З'ясувати зі здобувачами роль зовнішнього вигляду у формуванні позитивного ділового іміджу.

Питання для обговорення.

1. Вибір ділового гардеробу.
2. Особливості підбору аксесуарів.

Норма часу (за навчальною програмою): 2 год.

Рекомендована література: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9.

Практичне заняття № 7

Тема: Формування корпоративного іміджу

Мета: Проаналізувати зі здобувачами особливості та специфіку формування корпоративного іміджу, з'ясувати, які фактори на це впливають.

Питання для обговорення

1. Складові іміджу організації. Загальні ознаки іміджу організації.
2. Провідні напрями формування корпоративного іміджу (PR, реклама, фірмовий стиль, корпоративна культура тощо).
3. Вплив чинників зовнішнього середовища організації на перебіг та напрямок процесу створення іміджу.
4. Основні чинники внутрішнього середовища організації, що впливають на імідж організації.
5. Основні етапи формування іміджу організації.
6. Зміна іміджу організації як основа стратегії у кризовій ситуації.
7. Основні форми розроблення та підтримання позитивного

іміджу організації. Особливості побудови корпоративного іміджу у фінансовій сфері.

Норма часу (за навчальною програмою): 4 год.

Рекомендована література: 1, 2, 4, 6, 7, 8, 9.

Практичне заняття № 8

Тема: Підготовка та проведення ділових переговорів: інструменти, тактика, стратегія, психологічні аспекти.

Мета: Визначити особливості ведення ділових переговорів та проаналізувати спільні й відмінні риси переговорів на міждержавному рівні й між партнерами по бізнесу..

Питання для обговорення.

1. Методи ведення переговорів.
2. Психологічні аспекти ведення ділових переговорів.
3. Особливості міжнародних переговорів.

Норма часу (за навчальною програмою): 2 год.

Рекомендована література: 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9.

Практичне заняття № 9

Тема: Технології формування політичного іміджу.

Мета: З'ясувати ключові технології, що використовуються при формуванні політичного іміджу на сучасному етапі.

Питання для обговорення.

1. Методи формування політичного іміджу: “клапана”, “живої мішені”, “краплі”, “підказки”, резонансної технології і т. д.
2. Стратегія формування політичного іміджу.
3. Маніпулятивні прийоми та технології у політичній комунікації.
4. Соціально-психологічні моделі створення політичного іміджу.
5. Інформаційно-комунікативні технології як фактор ефективного функціонування політичного іміджу.

Норма часу (за навчальною програмою): 3 год.

Рекомендована література: 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9.

Практичне заняття № 10

Тема: Особливості формування позитивного іміджу України в умовах воєнного стану.

Мета: Визначити чинники, що впливають на формування іміджу України.

Питання для обговорення.

1. Складові іміджу країни.
2. Зовнішній імідж країни: основні механізми формування, підтримання, корекції та управління.
3. Внутрішній імідж країни: умови формування. Об'єктивні іміджі країни (економічний, соціальний, гуманітарний, політичний, культурний, економічний тощо.).
4. Роль ЗМІ у процесі створення іміджу країни. Основні функції іміджу країни.
5. Суб'єктивні та об'єктивні фактори побудови іміджу країни

Рекомендована література: 1, 2, 4, 6, 7, 8, 9.

4. ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ

Система оцінювання успішності здобувача вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою, що розділяється на дві складові:

1. 60 балів – поточна складова оцінювання.
 2. 40 балів – модульна або підсумкова складова оцінювання.
- Усі форми включено до 100-бальної шкали оцінювання.

Модульну або підсумкову складову оцінювання організовано шляхом складання двох модульних контролів знань студентів. Перескладати модульні контролі не дозволяється.

Контрольні заходи включають модульний контроль знань студентів. Поточний контроль є складовою частиною навчального процесу та здійснюється під час лекційних та практичних занять.

Форми поточного контролю

- перевірка підготовлених здобувачами презентацій за темами навчальної дисципліни узгодженої викладачем;

- перевірка виконання домашніх та індивідуальних завдань;
- модульний контроль;
- інші види контролю.

5. Рекомендована література

5.1. Базова

1. . Барна Н. В. Іміджологія : навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. К. : Університет «Україна», 2008. 217 с.
2. Бондаренко І. С. Іміджологія: Психологія іміджу : навч.-метод. посібн. для студ. освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напрямку підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя : ЗНУ, 2014. 122 с.
3. Бондаренко І. С. Іміджологія: Імідж особистості : навч.-метод. посібн. для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напрямку підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя : ЗНУ, 2014. 162 с.
4. Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2016. 320 с.
5. Варцаба Н. Комунікативні технології у процесі іміджмейкінгу та особливості їх застосування у сфері іміджу корпорації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія.* 2018. № 4. С. 102–109. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2018_4_16.

5.2. Допоміжна література

6. Бугрим В. В. Іміджологія. Іміджмейкінг : навчальний посібник. К. : ВПЦ «Київський університет», 2014. 250 с.
7. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. 324 с.
8. Хавкіна Л. М. Іміджологія : навчально-методичний посібник Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 64 с.
9. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент». Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 111 с.
10. Цецик Я. П. Архівні документи про роль органів влади і православного кліру у формуванні позитивного іміджу чорносотенців на Волині на початку ХХ ст. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. Михайла Коцюбинського. Серія : Історія.* Збірник наукових праць. Вип. 37. Вінниця, 2021. С. 84-92.

5.3. Інформаційні ресурси

1. Законодавство України. URL: <http://www.rada.kiev.ua/>.
2. Національна бібліотека ім. В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
3. Рівненська централізована бібліотечна система (м. Рівне, вул. Київська,44). URL: <http://www.cbc.rv.ua/>
4. Наукова бібліотека НУВГП (м. Рівне, вул. Олекси Новака, 75) URL: <http://nuwm.edu.ua/naukova-biblioteka> (інформаційні ресурси у цифровому репозиторії).
5. Офіційний сайт Президента України. URL: <http://www.president.gov.ua/>.
6. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/>.