

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування
Кафедра менеджменту та публічного врядування

07-06-102М

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до практичних робіт та виконання самостійної роботи
з навчальної дисципліни «Іміджологія» для здобувачів
вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
за освітньо-професійною програмою
«Управління інформаційними комунікаціями»
спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна
справа» денної форми навчання

Рекомендовано
науково-методичною радою з
якості ННІЕМ
Протокол № 3 від 21.11.2024 р.

Рівне – 2024

Методичні вказівки для практичних робіт та виконання самостійної роботи з навчальної дисципліни «Іміджологія» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Управління інформаційними комунікаціями» спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» денної форми навчання [Електронне видання] / Цецик Я. П. – Рівне : НУВГП, 2024. – 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, професор завідувач менеджменту та публічного врядування.

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

Цецик Я. П.

Попередні версії МВ: 06-14-237М, 06-14-179М, 06-14-178М

Зміст

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

© Я. П. Цецик, 2024

© НУВГП, 2024

1. Загальні завдання навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Іміджологія» призначена для вивчення здобувачами вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» денної форми навчання є нормативною. Освітній компонент орієнтований на оволодіння здобувачами вищої освіти основних принципів формування та вдосконалення іміджу.

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

Відповідно до освітньо-професійної програми з навчальної дисципліни

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

Предмет освітнього компонента «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 освітнього компонента здобувачі вищої освіти повинні отримати компетенції:

- здатність працювати в команді.
- здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації.
- здатність використовувати PR та інші прикладні соціокомунікаційні технології в умовах сучасної інформаційно-технологічної інфраструктури.

- здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, постійного підвищення рівня інформаційної культури.

Результати навчання:

- впроваджувати та використовувати комунікаційні технології у соціальних системах, мультимедійне забезпечення інформаційної діяльності, технології веб-дизайну та веб-маркетингу.

- здійснювати пошук інформації в різних джерелах для розв'язання професійних завдань.

- оцінювати результати діяльності та відстоювати прийняті рішення.

- використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва.

- бути відповідальним, забезпечувати ефективну співпрацю в команді.

- навчатися з метою поглиблення набутих та здобуття нових фахових знань.

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 під час засвоєння освітнього компонента «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 менеджменту та публічного врядування.

Самостійна робота з освітнього компоненту «Іміджологія» передбачає опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу;

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

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 здобувач вищої освіти звітує викладачеві, а набрані ним бали враховуються як кількість балів за поточну успішність у навчальній роботі.

Оцінювання результатів поточної успішності здобувачів (завдань, що виконуються під час практичних занять, виконання індивідуальних завдань, консультаціях з освітнього компоненту, результати самостійної роботи здійснюються 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 освітнього компонента «Іміджологія» передбачено наступні види роботи викладача зі здобувачами:

- проведення індивідуальних консультацій згідно графіка затвердженого кафедрою менеджменту та публічного врядування;

- 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 участь у круглих столах, 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
11.	Роль органів місцевого самоврядування у формуванні позитивного іміджу України в умовах воєнного стану

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 про спілкування як основу життєдіяльності людей та їхньої взаємодії.
2. Основні завдання навчальної дисципліни «Іміджологія».
3. Історичні аспекти створення іміджу видатних політичних діячів.

Рекомендована література: 1, 2, 3, 4, 5, 10, 11.

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.
4. Імідж у різноманітних соціокультурних контекстах.

Рекомендована література: 1, 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: Створення іміджу організації (корпоративний імідж)

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): 3 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 позитивного іміджу України, в умовах воєнного стану.

Питання для обговорення.

1. Складові іміджу країни та їх корегування під час ведення воєнних дій.
2. Зовнішній імідж країни: основні механізми формування, підтримання, корекції та управління під час воєнного стану.
3. Внутрішній імідж країни: умови формування.
4. Роль ЗМІ та органів влади у формуванні позитивного іміджу України під час ведення воєнних дій на імідж України.

Норма часу (за навчальною програмою): 2 год.

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

Основна література

1. Барна Н. В. Іміджелогія : 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. посіб. для студ. освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму 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» напряму 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. Бугрим В. В. Іміджологія. Іміджмейкінг : навчальний посібник. К. : ВПЦ «Київський університет», 2014. 250 с.
6. 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

Допоміжна література

6. Мельничук О., Цецик Я., Кізлова А. Антипольська діяльність чорносотенців на Волині на початку ХХ ст. *Емінак.* 2022. № 1. С. 75–85.
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 Палюх С. Формування позитивного іміджу органів публічної влади. *Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах інноваційного розвитку економіки* : матеріали доп. Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. з між нар. участю, Ч. 2. Тернопіль, 15 травня 2020 р. Тернопіль : ТНЕУ, 2020. С. 371–374.
11. 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/>.
7. «Комунікація влади та громадськості: інституційний аспект». Аналітична записка. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/293/>