

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
«ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЇВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»
 Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій
 Кафедра української мови, історії та інформаційної діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ
 Декан
 Наталя МЕЛЬНИК
 «02» _____ 2025 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Основи іміджології»

Освітньо-професійна програма: «Документознавство та інформаційна діяльність»

Освітньо-професійна програма: «Інформаційна аналітика та соціальні комунікації»

Галузь знань: В «Культура, мистецтво та гуманітарні науки»

Спеціальність: В13 «Бібліотечна, інформаційна та архівна справа»

Форма здобуття освіти	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	1	90/3	32	16		42	-	Залік Іс.
Заочна/....	-	-

Індекс: НБ № РБ - 8 - В13 - 1 / 25. 2.1.6.

Індекс: НБ № РБ - 8 - В13 - 2 / 25. 2.1.6.

КАІ РП 12.01.09-01–2025

 КИЇВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи іміджології»	Шифр документа	КАІ РП 12.01.09-01-2025
		Стор. 2 із 12	

Робочу програму навчальної дисципліни «Основи іміджології», розроблено на основі освітньо-професійної програми «Документознавство та інформаційна діяльність», «Інформаційна аналітика та соціальні комунікації», навчальних та робочих навчальних планів № НБ - 8 - В13 - 1 /25; № РБ - 8 - В13 - 1 /25; НБ - 8 - В13 - 2 /25; № РБ - 8 - В13 - 2 /25 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю В13 «Бібліотечна, інформаційна та архівна справа» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробила
/посада, вчене звання/
Проф., проф., док. іст. наук

 /Ірина ТЮРМЕНКО/

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні кафедри освітньо-професійної програми «Документознавство та інформаційна діяльність», «Інформаційна аналітика та соціальні комунікації» спеціальності В13 «Бібліотечна, інформаційна та архівна справа» – кафедри української мови, історії, та інформаційної діяльності, протокол № 9 від «29» серпня 2025 р.

В.о. завідувача кафедри  /Анастасія СІБРУК/

Гарант освітньо-професійної програми  /Ірина ТЮРМЕНКО/

Гарант освітньо-професійної програми  /Тетяна КУРЧЕНКО/

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради Факультету психології, комунікацій та перекладу, протокол № 7 від «02» 2025 р.

Голова НМРР  /Анжеліка КОКАРСВА/

Рівень документа – 3б

Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи іміджології»	Шифр документа	КАІ РП 12.01.09–01– 2025
		Стор. 3 із 13	

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Пояснювальна записка	4
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна	4
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна	4
1.4. Міждисциплінарні зв'язки	5
2. Програма навчальної дисципліни	5
2.1. Зміст навчальної дисципліни	5
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля	7
2.3. Тематичний план	7
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	8
3.1. Методи навчання	8
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	8
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті.....	8
4. Рейтингова система оцінювання набутих здобувачем вищої освіти знань та вмінь	9

ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Основи іміджології» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни», затверджених наказом ректора від ____ № ____ /од, та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни.

Дисципліна є теоретичною та практичною сукупністю знань та вмінь, що формують профіль фахівця спеціальності «Бібліотечна, інформаційна та архівна справа». Дисципліна дає знання та компетентності з проєктування іміджу організацій, установ, міст, територій та країн та використання репутаційних інструментів в побудові персонального іміджу.

Метою навчальної дисципліни є: моделювання та управління персональним, корпоративним та регіональним іміджем, його інтеграцію у соціокультурне середовище.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- розуміння предмету іміджології;
- розуміння сутності поняття «імідж» та специфіки іміджології як науки;
- розуміння соціально-психологічних основ формування іміджу;
- вивчення методів, прийомів, способів формування іміджу;
- опанування комунікаційними інструментами для побудови репутації;
- розуміння структури персонального іміджу;
- опанування методами управління персональним іміджем та створення імідж-орієнтованого середовища;

1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна (в сукупності з іншими освітніми компонентами).

ОП «Документознавство та інформаційна діяльність» та ОП «Інформаційна аналітика та соціальні комунікації»: вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію українською мовою та однією з іноземних мов (ПРН14); використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва (ПРН15); бути відповідальним, забезпечувати ефективну співпрацю в команді. (ПРН17); володіти методами організації зв'язків з громадськістю із використанням пар-технологій у сфері соціальних інформаційних комунікацій задля побудови миролюбного і відкритого суспільства (Ціль 16 Сталого розвитку) (ПРН20).

1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна (в сукупності з іншими освітніми компонентами).

ОП «Документознавство та інформаційна діяльність» та ОП «Інформаційна аналітика та соціальні комунікації»: здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у галузі інформаційної, бібліотечної, архівної справи та соціальних комунікацій або у процесі навчання, що передбачає застосування положень і методів інформаційної, бібліотечної та архівної справи і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов (ІК); здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт (ЗК8); здатність працювати в команді (ЗК9); здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) (ЗК10); здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та

управління, засобами масової інформації (ФК6); здатність впроваджувати інноваційні технології виробництва інформаційних продуктів і послуг, підвищення якості інформаційного обслуговування користувачів інформаційних, бібліотечних та архівних установ (ФК7); здатність проєктувати та створювати документно-інформаційні ресурси, продукти та послуги (ФК8); Здатність використовувати піар та інші прикладні соціокомунікаційні технології в умовах сучасної інформаційно-технологічної інфраструктури (ФК9); здатність опановувати та використовувати технології електронного урядування та електронного документообігу (ФК13).

1.4. Міждисциплінарні зв'язки.

Навчальна дисципліна «Основи іміджології» базується на знаннях таких дисциплін «Фахова іноземна мова», «Вступ до фаху», Академічна та публічна комунікація українською мовою та є базою для вивчення подальших дисциплін, а саме: «Соціальні комунікації», «Організація зв'язків з громадськістю», «Маркетинг інформаційних продуктів і послуг».

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модуля, а саме: навчального **модуля № 1 «Побудова іміджу: стратегії, практики, інструменти»**, який є логічною завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до модуля Інтегровані вимоги модуля №1:

У результаті вивчення даної навчальної дисципліни студент повинен:

Знати:

- предмет навчальної дисципліни «Основи іміджології» та його понятійно-категоріальний апарат;
- теоретичні основи іміджології;
- методи, прийоми, способи формування іміджу;
- комунікаційні інструменти для побудови репутації;
- структуру персонального іміджу;
- методи управління персональним іміджем та створення імідж-орієнтованого середовища;
- принципи побудови корпоративного іміджу, іміджу міст, територій, країн,;
- соціально-психологічні основи іміджології;

Вміти:

- вільно оперувати понятійно-категоріальним апаратом;
- моделювати корпоративний, персональний імідж;
- управляти корпоративним та персональним іміджем;
- користуватися інструментами для побудови репутації;
- інтегрувати імідж в інформаційно-комунікаційне середовище.

Модуль №1. «Побудова іміджу: стратегії, практики, інструменти».

Інтегровані вимоги модуля №1: знання та вміння з практичної іміджології, які є складовою пар діяльності в соціокультурній сфері та загальних вимогах до фахівця з інформаційної, бібліотечної та архівної справи.

Тема 1. Вступ до дисципліни «Технології формування позитивного іміджу».
Предмет і завдання дисципліни. Основні та вимоги, оцінювання.

Тема 2. Імідж: поняття та терміни. Ключові поняття і терміни. Роль та місце іміджу в історичній ретроспективі.

Тема 3. Співвідношенні іміджу та міфу. Масова культура та імідж. Масова свідомість та імідж. Вплив масової свідомості на формування іміджу. Еволюція іміджу. Імідж як міфологічний архетип.

Тема 4. Іміджологія як наука. Етапи розвитку іміджології. Сутність «іміджології». Ключові терміни та поняття. Структура іміджології.

Тема 5. Соціальні основи формування іміджу. Соціальні закони формування іміджу. Рівні іміджевої комунікації. Глибинний вимір. Візуальний вимір. Моделі візуальної комунікації. Типи іміджу.

Тема 6. Психологічні основи формування іміджу. Основи психології та імідж. Поняття самопрезентації. Стратегії психологічного впливу.

Тема 7. Невербальні засоби психологічного впливу: невербальна поведінка. Характеристика невербальної поведінки. Роль жестів, зорової поведінки, тактильних контактів, зовнішнього вигляду, поз, кивання головою, міміки у формуванні іміджу.

Тема 8. Невербальна поведінка та її характеристика: проксемика і голос. Поняття проксемики та дистанції у формуванні позитивного іміджу. Невербальні характеристики мови. Поняття емоційного інтелекту, його структура та принципи формування.

Тема 9. Комунікаційні стратегії побудови репутації. Елементи персонального іміджу. Особливості габітарного іміджу. Діяльнісний імідж і модель поведінки. Комунікаційний план: вимоги, структура. Комунікаційні інструменти позиціонування та самопрезентації. Технології самопрезентації у соціальних мережах. Імідж ділової людини та ділової жінки. Імідж керівника. Імідж політика.

Тема 10. Людина-бренд. Техніки моделювання та просування іміджу. Поняття людини як бренду. Імідж як цілісний образ. Особливості іміджу харизматичної людини.

Тема 11. Поняття брендингу. Методи, типологія. Брендбук та його структура.

Тема 12. Особливості іміджевих комунікацій в соціокультурній сфері. Поняття корпоративного іміджу. Задачі та функції корпоративного іміджу. Складові корпоративного іміджу. Імідж установ соціальної пам'яті.

Тема 13. Побудова корпоративного іміджу. Структурні елементи корпоративного іміджу. Корпоративний дерес-код установ та організацій. Роль ділового стилю у побудові іміджу. Іміджеві кампанії. Імідж закладів освіти.

Тема 14. Імідж територій та міст. Роль сталого розвитку у побудові іміджу територій. Територіальна індивідуальність – основа для визначення іміджевої політики. Складові іміджу територій. Особливості іміджу міст України.

Тема 15. Імідж країн. Політика щодо створення державного бренду. Національна ідея та візуальна концепція. Іміджева привабливість країни. Імідж України.

Тема 16. Представлення персонального іміджу. Використання іміджевих технологій у побудові іміджу: позиціонування та маніпулювання, мефологізація та деталізація, емоціоналізація та вербалізація. Соціальне середовище та його вплив на імідж. Техніки інтеграції іміджу в середовище. Створення/удосконалення власного профіля.

2.3. Тематичний план.

№ пор	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)								
		Денна форма здобуття освіти								
		Обсяг	Лекції	прак.	СРС					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Модуль №1 «Побудова іміджу: стратегії, практики, інструменти».										
1.1	Вступ до дисципліни «Основи іміджології».	1 семестр				2 семестр				
		6	2	-	4					
1.2	Імідж: поняття та терміни.	6	2	2	2					
1.3	Співвідношенні іміджу та міфу.	5	2	-	3					
1.4	Іміджологія як наука	4	2		2					
1.5	Соціальні основи іміджу.	6	2	2	2					
1.6	Психологічні основи іміджу	4	2	-	2	-				
1.7.	Невербальні засоби психологічного впливу: невербальна поведінка.	6	2	2	2		-	-		
1.8.	Невербальна поведінка та її характеристика: проксеміка і голос.	6	2	2	2					
1.9.	Комунікаційні стратегії побудови репутації	3	2	-	1					
1.10	Людина-бренд.	6	2	2	2					
1.11	Поняття брендингу.	6	2	-	4					
1.12	Особливості іміджевих комунікацій в соціокультурній сфері..	6	2	-	4					
1.13	Побудова корпоративного іміджу.	6	2	2	2					
1.14	Імідж територій та міст.	6	2	2	2					-
1.15	Імідж країн.	6	2	-	4					
1.16	Представлення персонального іміджу	6	2	2	2					
1.17	Модульна контрольна робота	2			2					
Усього за модулем №1		90	32	16	42					
Усього за навчальною дисципліною		90	32	16	42					

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

При вивчення навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

- інформаційно-рецептивний (лекція, розповідь, робота з підручником, демонстрація, пояснення);
- метод проблемного викладу;
- репродуктивний метод;
- індуктивний;
- дедуктивний;
- творчий метод;
- практичні методи (усні і письмові тренувальні вправи);
- пояснювально-ілюстративний метод.

Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, роботі з навчальною літературою та джерелами, роботі в малих групах, в проведенні навчальних, наукових та професійно зорієнтованих семінарах-дискусіях, презентаціях.

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1. Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання. URL: https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/bitstream/123456789/2614/1/L_1776_66617386.pdf

3.2.2. Болотова В.О., Ляшенко Н. О., Агаларова К.А. Іміджологія: Харків: НТУ «ХП», 2021. 150 с. URL: https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/bitstream/123456789/2615/1/Book_2021_Bolotova_Imidzhologia.pdf

3.2.3. Дячук В. П. Іміджологія. Соціокультурний вимір : навч. посіб. URL: https://elib.nakkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3688/Diachuk_Imigologia.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

3.2.4. Повалій Т. Л. П 42 Іміджологія та брендинг у соціокультурній діяльності: навчальний посібник/ Суми : Сумський державний університет, 2024. 257 с. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi79/0059509.pdf>

3.2.5. Балла Е., Вотьканич М. Основи іміджології. Методичний посібник. <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/64739>

3.4.6. Цілі сталого розвитку і Україна. URL: <https://globalcompact.org.ua/tsilijstijjogo-rozvytku/>

Допоміжна література

Як стати багатим, коли не знаєте, з чого почати: 8 перевірених кроків. URL:

3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

3.3.1. Інституційний репозитарій НАУ. URL: <https://er.nau.edu.ua/home>

3.3.2. Лекції, презентації на електронних ресурсах кафедри.

3.3.3. Методичні розробки кафедри (в електронному вигляді).

Оцінювання окремих видів виконаної здобувачем вищої освіти навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл.4.1. та 4.2

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ ЗНАТЬ ТА ВМІНЬ ЗДОБУВАЧЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Оцінювання окремих видів виконаної здобувачем вищої освіти навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл. 4.1.

Таблиця 4.1. (для дисциплін де **передбачено диференційний залік**)

Вид навчальної роботи	Мак кількість балів		
	Денна форма здобуття освіти		
№ 1 семестр			
Модуль № 1 «Побудова іміджу: стратегії, практики, інструменти»»			
Відповідь на практичних заняттях	5x10=50		
Виконання практичного завдання	2x5=10		
Виконання творчого завдання	1x10=10		
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	48		
Виконання модульної контрольної роботи №1	30		
Усього за модулем №1	100		
Усього за модулями №1			100
Усього за дисципліною			100

Залікова рейтингова оцінка визначається (в балах та за національною шкалою) за результатами виконання всіх видів навчальної роботи протягом семестру.

4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються здобувачем вищої освіти, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (Додаток 1).

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих здобувачем вищої освіти за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.4. В випадку **диференційованого заліку** підсумкова семестрова рейтингова оцінка, перераховується в оцінку за національною шкалою та шкалою ECTS (Додаток 2).

4.5. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, індивідуального навчального плану здобувача вищої освіти, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е** тощо.

4.6. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.



Система менеджменту якості.
Робоча програма
навчальної дисципліни
«Основи іміджології»

Шифр
документа

КАІ
РП 07.01.03-01-
2025

Стор. 10 із 13

(Ф 03.02 – 01)

Додаток 1

Відповідність оцінок у балах оцінкам за національною шкалою

(рекомендовані значення)

Оцінка у балах											Оцінка за національною шкалою	
3	4	5	6	7	8	9	10	11	13	14		15
3	4	5	6	7	8	9	9-10	10-11	12-13	13-14	14-15	Відмінно
2,5	3	4	5	6	6-7	7-8	8	9	10-11	11-12	12-13	Добре
2	2,5	3	4	4-5	5	6	6-7	7-8	8-9	9-10	9-11	Задовільно
Оцінка у балах											Оцінка за національною шкалою	
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26		27
15-16	16-17	17-18	17-19	18-20	19-21	20-22	21-23	22-24	23-25	24-26	25-27	Відмінно
12-14	13-15	14-16	15-16	15-17	16-18	17-19	18-20	18-21	19-22	20-23	20-24	Добре
10-11	10-12	11-13	12-14	12-14	13-15	13-16	14-17	15-17	15-18	16-19	16-19	Задовільно
Оцінка у балах											Оцінка за національною шкалою	
28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38		39
26-28	26-29	27-30	28-31	29-32	30-33	31-34	32-35	33-36	34-37	34-38	35-39	Відмінно
21-25	22-25	23-26	23-27	24-28	25-29	26-30	27-31	27-32	28-33	29-33	29-34	Добре
17-20	18-21	18-22	19-22	19-23	20-24	20-25	21-26	22-26	22-27	23-28	24-28	Задовільно
Оцінка у балах											Оцінка за національною шкалою	
40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50		51
36-40	37-41	38-42	39-43	40-44	41-45	42-46	43-47	43-48	44-49	45-50	46-51	Відмінно
30-35	31-36	32-37	32-38	33-39	34-40	35-41	35-42	36-42	37-43	38-44	38-45	Добре
24-29	25-30	25-31	26-31	27-32	27-33	28-34	28-34	29-35	30-36	30-37	31-37	Задовільно
Оцінка у балах											Оцінка за національною шкалою	
52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62		63



Система менеджменту якості.
Робоча програма
навчальної дисципліни
«Основи іміджології»

Шифр
документа

КАІ
РП 07.01.03–01–
2025

Стор. 11 із 13

47-52	48-53	49-54	50-55	51-56	51-57	52-58	53-59	54-60	55-61	56-62	57-63	Відмінно
39-46	40-47	41-48	41-49	42-50	43-50	44-51	44-52	45-53	46-54	47-55	47-56	Добре
31-38	32-39	32-40	33-40	34-41	34-42	35-43	36-43	36-44	37-45	37-46	38-46	Задовільно
Оцінка у балах											Оцінка за національною шкалою	
64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74		75
58-64	59-65	60-66	60-67	61-68	62-69	63-70	64-71	65-72	66-73	67-74	68-75	Відмінно
48-57	49-58	50-59	50-59	51-60	52-61	53-62	53-63	54-64	55-65	56-66	56-67	Добре
38-47	39-48	40-49	40-49	41-50	41-51	42-52	43-52	43-53	44-54	44-55	45-55	Задовільно
Оцінка у балах											Оцінка за національною шкалою	
76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86		87
68-76	69-77	70-78	71-79	72-80	73-81	74-82	75-83	76-84	77-85	77-86	78-87	Відмінно
57-67	58-68	59-69	59-70	60-71	61-72	62-73	62-74	63-75	64-76	65-76	65-77	Добре
46-56	46-57	47-58	47-58	48-59	49-60	49-61	50-61	50-62	51-63	52-64	52-64	Задовільно



Система менеджменту якості.
Робоча програма
навчальної дисципліни
«Основи іміджології»

Шифр
документа

КАІ
РП 07.01.03–01–
2025

Стор. 12 із 13

Додаток 2

Відповідність підсумкової семестрової рейтингової оцінки в балах
оцінці за національною шкалою та шкалою ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82-89	Добре	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
75-81		C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
67-74	Задовільно	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60-66		E	Достатньо (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35-59	Незадовільно	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
1-34		F	Незадовільно (з обов'язковим повторним курсом)

 КИЇВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи іміджології»	Шифр документа	КАІ РП 07.01.03–01– 2025
		Стор. 13 із 12	

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище, ім'я, по батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				



	<p>Силабус навчальної дисципліни «Основи іміджології» Освітньо-професійних програм «Документознавство та інформаційна діяльність», «Інформаційна аналітика та соціальні комунікації» спеціальності В13 «Бібліотечна, інформаційна та архівна справа»</p> <p>Галузь знань: В «Культура, мистецтво та гуманітарні науки»</p> <p>Спеціальність: В13 «Бібліотечна, інформаційна та архівна справа»</p>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна (обов'язкового, фахового) компонента ОП
Курс	1
Семестр	Осінній
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	3/90
Мова викладання	Українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Стратегії, методи, прийоми, практики формування позитивного іміджу
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Імідж – спосіб впливу на середовище та форма вираження суб'єкта чи об'єкта та його зовнішнього сприйняття. Він відіграє істотну роль в оцінці будь-якого соціального процесу або явища та налагодженні ефективної комунікації. Мета: засвоєння основних правил і методів формування іміджу та способів управління ним
Чому можна навчитися (результати навчання в сукупності з іншими освітніми компонентами)	Інструментам самопрезентації, позиціонування та інтеграції в імідж-орієнтоване середовище; факторам, які впливають на формування іміджу установ, організацій, міст і територій, країн; брендунанню та його структурним елементам
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності в сукупності з іншими освітніми компонентами)	Набуті знання і компетентності дозволять вирішувати спеціалізовані завдання, пов'язані з прикладними аспектами формування персонального та політичного іміджу, іміджу установ і організацій, міст і територій, країн. Важливі для особистісного позиціонування та створення імідж-орієнтованого середовища.
Навчальна логістика	<p>Зміст дисципліни: предмет навчальної дисципліни «Основи іміджології» та його понятійно-категоріальний апарат; теоретичні основи іміджології; методи, прийоми, способи формування іміджу; соціально-психологічні основи побудови іміджу; комунікаційні інструменти для побудови репутації; структуру персонального іміджу; методи управління персональним іміджем та створення імідж-орієнтованого середовища; принципи побудови корпоративного іміджу</p> <p>Види занять: лекції, семінарські заняття</p> <p>Методи навчання: дискусії, медіа презентації, тренінги</p> <p>Форми навчання: очна, заочна</p> <p>Види занять: лекції, практичні заняття</p> <p>Методи навчання: презентації, відео-композиції, дискусії</p>
Пререквізити	Знання української та зарубіжної мови як один з чинників побудови персонального іміджу
Пореквізити	Важлива для розуміння та застосування технік соціальних комунікацій, організації зв'язків з громадськістю, маркетинговим технологіям при створенні інформаційних продуктів і послуг.
Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ KAI	1.Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання. URL: https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/bitstream/123456789/2614/1/1_1776_66617386.pdf

	<p>2. Болотова В.О., Ляшенко Н. О., Агаларова К.А. Іміджологія: Харків: НТУ «ХП», 2021. 150 с. URL : https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/bitstream/123456789/2615/1/Book_2021_Bolotova_Imidzholohiia.pdf</p> <p>3. Дячук В.П. Іміджологія. Соціокультурний вимір : навч. посіб. URL : https://elib.nakkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3688/Diachuk_Imigologia.pdf?sequence=1&isAllowed=y.</p> <p>3.2.4. Повалій Т. Л. П 42 Іміджологія та брендинг у соціокультурній діяльності: навчальний посібник/ Суми: Сумський державний університет, 2024. 257 с. URL : https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi79/0059509.pdf</p> <p>3.2.5. Балла Е., Вотканич М. Основи іміджології. Методичний посібник. URL: https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/64739</p> <p>3.4.6. Цілі сталого розвитку і Україна. URL: https://globalcompact.org.ua/tsili-stijkogo-rozvytku/</p>
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторії кафедри, факультету, мультимедіа-презентації
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Диференційний залік
Кафедра	Української мови, історії та інформаційної діяльності
Факультет	Факультет психології, комунікацій та перекладу
	<p>Тюрменко Ірина Іванівна Посада: професор Науковий ступінь: доктор історичних наук Вчене звання: професор E-mail: iryna.tiurmenko@npp.kai.edu.ua</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс, який базується використанні практичного досвіду
Лінк на дисципліну	https://classroom.google.com/c/Nzc1MTQ4OTI2MjIx?cjc=imlfrwov

Розробник

ТЮРМЕНКО І.І.

В.о. завідувача кафедри

СІБРУК А.В.