

Комунальний заклад вищої освіти  
Київської обласної ради  
«Академія мистецтв імені Павла Чубинського»  
Кафедра «Мистецтво співу»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної роботи

Сергеєнко О. М.

2019 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
СЦЕНІЧНИЙ ІМІДЖ

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Галузь знань	02 «Культура і мистецтво»
Спеціальність	025 «Музичне мистецтво»
Освітньо-професійна програма	«Спів (академічний, народний)»
Статус дисципліни	Вибіркова

Робоча програма навчальної дисципліни «Сценічний імідж» для здобувачів вищої освіти на основі повної загальної середньої освіти (240 кредитів ECTS, термін навчання 3 р. 10 м.), на базі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста (180 кредитів ECTS, термін навчання 2 р. 10 м.), на базі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста (120 кредитів ECTS, термін навчання 1 р. 10 м.), галузі знань 02 «Культура і мистецтво», спеціальності 025 «Музичне мистецтво», освітньо-професійної програми «Спів (академічний, народний)».

Розробник: Полякова Т. І., викладач вищої кваліфікаційної категорії.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри «Мистецтво співу»

протокол № 3 від «20» листопада 2019 р.

Завідувач кафедри  **Кочерга А. І.**

## 1. Опис навчальної дисципліни

*Для здобувачів на основі повної загальної середньої освіти  
(240 кредитів ECTS)*

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ECTS – 3	Рік підготовки: 4 - й	
Загальна кількість годин – 90	90	90
Кількість модулів – 1 Змістових модулів – 2	Семестр:	
Для денної форми навчання. Тижневих аудиторних годин: 8 – й семестр – 36 годин. Самостійної роботи студента – 54 години. Для заочної форми навчання. Аудиторних годин: 8 – й семестр – 10 годин. Самостійної роботи студента – 80 годин.	8 - й	8 - й
	Лекції:	
	-	-
	Практичні:	
	36	10
Вид підсумкового контролю: теоретичне опитування; виконання практичного завдання.	Лабораторні:	
	-	-
Форма підсумкового контролю: 8 – й семестр: залік.	Самостійна робота:	
	54	80

*Для здобувачів на основі освітньо-кваліфікаційного рівня  
молодшого спеціаліста (180 кредитів ECTS)*

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ECTS – 3	Рік підготовки: 3 - й	
Загальна кількість годин – 90	90	90
Кількість модулів – 1 Змістових модулів – 2	Семестр:	
Для денної форми навчання. Тижневих аудиторних годин: 6 – й семестр – 36 годин. Самостійної роботи студента – 54 години.	6 - й	6 - й
Для заочної форми навчання. Аудиторних годин: 6 – й семестр – 10 годин. Самостійної роботи студента – 80 годин.	Лекції:	
	-	-
	Практичні:	
	36	10
Вид підсумкового контролю: теоретичне опитування; виконання практичного завдання.	Лабораторні:	
	-	-
Форма підсумкового контролю: 6 – й семестр – залік.	Самостійна робота:	
	54	80

*Для здобувачів на основі освітньо-кваліфікаційного рівня  
молодшого спеціаліста (120 кредитів ECTS)*

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ECTS – 3	Рік підготовки: 2 - й	
Загальна кількість годин – 90	90	90
Кількість модулів – 1 Змістових модулів – 2	Семестр:	
Для денної форми навчання. Тижневих аудиторних годин: 4 – й семестр – 36 годин. Самостійної роботи студента – 54 години. Для заочної форми навчання. Аудиторних годин: 4 – й семестр – 10 годин. Самостійної роботи студента – 80 годин.	4 - й	4 - й
	Лекції:	
	-	-
	Практичні:	
	36	10
Вид підсумкового контролю: теоретичне опитування; виконання практичного завдання.	Лабораторні:	
	-	-
Форма підсумкового контролю: 4 – й семестр – залік.	Самостійна робота:	
	54	80

**2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Мета навчальної дисципліни** «Сценічний імідж» є вивчення закономірностей створення та функціонування іміджу, як складного соціально-психологічного феномену; опанування теоретичними основами для створення власного сценічного іміджу.

**Предмет** дисципліни: феномен іміджу та методичні прийоми психології створення іміджу для рішення практичних задач.

**Відповідно до освітньо-професійної програми, вивчення дисципліни «Сценічний імідж» сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:**

- Здатність до спілкування державною мовою як усно, так і письмово (ЗК 1).
- Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (ЗК 2).
- Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК 3).
- Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми (ЗК 4).
- Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК 5).
- Здатність бути критичним і самокритичним (ЗК 7).
- Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях (ЗК 8).
- Здатність вчитися і оволодівати сучасним знаннями (ЗК 9).
- Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконаних робіт (ЗК 11).
- Здатність працювати автономно (ЗК 12).
- Здатність генерувати нові ідеї (креативність) (ЗК 15).
- Здатність створювати та реалізовувати власні художні концепції у виконавській діяльності (СК 2).
- Здатність використовувати професійні знання та навички в процесі творчої діяльності (СК 6).
- Здатність збирати, аналізувати, синтезувати художню інформацію та застосовувати її в процесі практичної діяльності (СК 12).
- Здатність використовувати широкий спектр міждисциплінарних зв'язків (СК 13).
- Здатність застосовувати традиційні і альтернативні інноваційні технології виконавської діяльності (СК 17).

**Завдання дисципліни:** навчити студентів ставитись до майбутньої професії (особистості) співака як до публічної персони, яка повинна мати свій власний імідж; розуміти соціально-психологічну природу іміджу; навчити визначати напрямки створення корпоративного та власного сценічного іміджу, знайти свою неповторність і працювати над її вдосконаленням.

### **3. Передумови для вивчення навчальної дисципліни**

Передумовами вивчення навчальної дисципліни «Сценічний імідж» є опанування таких навчальних дисциплін (НД) освітньої програми (ОП):

- ОК 8. Історія вокального мистецтва.
  - ОК 7. Педагогіка і психологія.
  - ОК 12. Спеціальний клас. Сольний спів.
  - ОК 20. Режисура та постановка сценічного номера.
  - ОК 21. Майстерність актора.
  - ВБ 2. Культурологія / Історія мистецтв.
  - ВБ 14. Клас академічного ансамблю / Клас народного ансамблю.
- Паралельне вивчення дисципліни:
- ОК 28. Концертно-виконавська практика.

### **4. Очікувані результати навчання**

Відповідно до освітньо-професійної програми «Спів (академічний, народний)» вивчення навчальної дисципліни «Сценічний імідж» забезпечує досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

Програмні результати навчання	Шифр ПРН
Демонструвати різні методики удосконалення виконавської діяльності.	ПРН 3
Відтворювати драматургічну концепцію музичного твору, створювати його художню інтерпретацію.	ПРН 5

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни «Сценічний імідж»:

Очікувані результати навчання з дисципліни	Шифр ПРН
Демонструвати різні методики удосконалення виконавської діяльності.	ПРН 3
Відтворювати драматургічну концепцію музичного твору, створювати його художню інтерпретацію.	ПРН 5

**4. 1. Після опанування навчальної дисципліни «Сценічний імідж» студенти повинні:**

**знати:**

- теоретичні основи для роботи над створенням власного іміджу;
- соціально - психологічну природу іміджу;
- психологію візуального сприйняття;
- системний підхід до визначення, аналізу, ідентифікування та пояснення психологічних проблем та шляхи їх розв'язання.
- Закономірності та особливості розвитку і функціонування психічних явищ в контексті професійних завдань;
- як критично оцінювати достовірність одержаних результатів психологічного дослідження та формулювати аргументовані висновки;
- види іміджу та їх соціально-психологічну характеристику;
- мету, завдання створення іміджу.

**Вміти:**

- визначати і враховувати фактори, що впливають на формування індивідуального іміджу ;
- працювати над власним іміджем з метою його підтримки, зберігання та покращення;
- розробляти концепції корпоративного іміджу.

**Мати навички soft skills:**

- навички самоорганізації;
- презентаційні навички;
- здатність оволодівати сучасною інформацією;
- навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

**5. Засоби діагностики та критерії оцінювання результатів навчання.**

**5. 1. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання**

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є:

- експрес-опитування;
- тестове опитування;
- презентації практичних робіт;
- есе;
- залік.

## **5. 2. Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання**

Форми контролю знань студентів:

- поточний;
- підсумковий модульний;
- семестровий підсумковий (залік).

Оцінювання знань студентів здійснюється за 100 – бальною шкалою та шкалою ECTS – А (90 - 100), В (82 - 89), С (75 - 81), D (64 - 74), Е (60 -63), Fx (35 - 59), F (1 - 34). Кредитно-модульна система з переведенням в національну (чотирибальна: 5 – «відмінно», 4 - «добре», 3 - «задовільно», 2 – «незадовільно»).

**Поточний контроль** здійснюється на кожному аудиторному занятті шляхом перевірки виконання практичних завдань. Оцінюється рівень виконання завдань аудиторної роботи та самостійної підготовки (вивчення теретичного матеріалу та його практичне застосування).

### **Критерії поточного оцінювання знань студентів**

<b>Усне опитування, практичне завдання</b>	<b>Критерії оцінювання</b>
<b>5</b>	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, має глибокі і міцні знання, виявляє елементи творчого підходу, практичного втілення теоретичних знань при виконання практичних завдань. Використовує основну та додаткову літературу. Конспект в повному обсязі.
<b>4</b>	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, аналізує вивчений матеріал, практично втілює при виконанні практичних завдань. Використовує основну літературу. Конспект в повному обсязі.
<b>3</b>	В цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст, частково аналізує, використовує при виконанні практичних завдань. Використовує основну літературу. В конспекті відсутній матеріал 2 - 3 тем.



<b>2</b>	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів. При виконанні практичних завдань правильно відтворює близько половини навчального матеріалу. Іноді використовує літературу. Конспектування фрагментарне.
<b>1</b>	Частково володіє навчальним матеріалом. Не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та при виконанні практичних завдань. Допускає суттєві помилки. Літературою не користується. Конспектування несистематичне. Відсутній матеріал половини тем.
<b>0</b>	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, Не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Відсутній конспект лекцій.

### Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Весь обсяг роботи студента за семестр підсумовується за допомогою накопичувальної системи балів. Підсумковий бал з навчальної дисципліни є сумою балів, одержаних за знання матеріалу тем – (за поточний, модульний (семестровий) контроль, ведення конспекту), з подальшим переведенням в національну шкалу.

**Максимальна** кількість балів, яку може отримати студент за різні види завдань вказана в таблиці.

### Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Модуль 1												
	Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2				Разом за темами	Конспект	Залік	Всього
	Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8				
Аудиторні заняття	5	5	5	5	5	5	5	5	40			
Самостійна робота студента	5	5	5	5	5	5	5	5	40			
<b>Сума балів</b>									<b>80</b>			<b>100</b>

Т 1, Т 2 ... Т 8 - теми занять.

## Модульний (семестровий) контроль знань студентів

Модульний контроль проводиться з метою визначення стану успішності здобувачів вищої освіти за період модуля (семестру). Модульний (семестровий) контроль знань студентів здійснюється у формі заліку через теоретичне опитування та виконання практичного завдання

### Критерії модульного оцінювання знань студентів

<b>Залік. Виконання практичного завдання. Теоретичне опитування.</b>	<b>Критерії оцінювання</b>
<b>10 - 9</b>	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Творчо ставиться до вирішення практичних завдань. Правильно вирішує усі практичні завдання. Відповів на всі тестові завдання. Припускає 1 – 2 несуттєві неточності.
<b>8 - 7</b>	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Намагається творчо ставитись до вирішення практичних завдань, але при виконанні припускає незначні помилки. Відповів на всі тестові завдання. Припускає 3 - 4 неточності.
<b>6 - 5</b>	Засвоїв більше половини теоретичного матеріалу. Формально ставиться до виконання практичних завдань, припускає помилки. Відповів на більшість тестових завдань, але. припускає 2-3 помилки.
<b>3 - 4</b>	Засвоїв половину матеріалу. Формально ставиться до виконання практичних завдань, припускає значні помилки. Відповів на половину тестових завдань.
<b>2 - 1</b>	Засвоїв менше половини матеріалу. Виконує всі практичні завдання з помилками. Відповів на меншість тестових завдань.
<b>0</b>	Теоретичний матеріал не знає. Не виконав практичного завдання. Не виконав тестового завдання.

### Критерії підсумкового модульного (семестрового) оцінювання знань студентів.

Підсумковий бал з навчальної дисципліни є сумою балів, одержаних за поточний та модульний контроль з подальшим переведенням в національну шкалу. Максимальна кількість балів, яку може отримати студент за всі види виконаних робіт – 100.

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	Шкала ECTS та критерії оцінювання	
90 - 100	Відмінно	<b>A</b>	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом тем дисципліни, має глибокі і міцні знання. Використовує основну та додаткову літературу. Творчо ставиться до вирішення практичних завдань. Правильно вирішує усі теоретичні завдання. Конспект в повному обсязі.
82 - 89	Добре	<b>B</b>	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, аналізує вивчений матеріал. Намагається творчо ставитись до вирішення практичних завдань, але при виконанні припускає незначні помилки. Використовує основну літературу. Конспект у повному обсязі.
74 - 81		<b>C</b>	В цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст, частково аналізує і використовує при виконанні практичних завдань. Використовує основну літературу. Конспект у повному обсязі.
64 - 73	Задовільно	<b>D</b>	Студент несистематично, на задовільному рівні виконує завдання. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає теоретичний матеріал тем під час усних виступів. Іноді використовує літературу. Формально ставиться до виконання практичних завдань, припускає значні помилки. В конспекті відсутній матеріал 2-3 тем.
60 - 63		<b>E</b>	Студент несистематично, на низькому рівні виконує завдання аудиторної та самостійної роботи. Формально ставиться до виконання практичних завдань, припускає значні помилки. Частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та при виконанні практичних завдань. Літературою не користується.

			Конспектування несистематичне.
35 - 59	Незадовільно	<b>FX</b>	Студент несистематично виконує завдання аудиторної та самостійної роботи. Намагається застосовувати набуті знання при виконанні окремих видів практичної роботи. При виконанні завдань допускає значну кількість помилок. Конспектування фрагментарне. Відсутній матеріал половини тем. Для отримання кредиту необхідне доопрацювання.
0 - 34		<b>F</b>	Студент епізодично виконує завдання аудиторної та самостійної роботи . Виконує окремі практичні завдання, але з великою кількістю помилок. Відсутній конспект лекцій. Необхідне повторне вивчення дисципліни.

## 6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### 6. 1. Зміст навчальної дисципліни

#### Модуль 1

#### Змістовий модуль 1. Психологічні аспекти іміджу.

##### Тема 1. Поняття про імідж.

Поняття іміджу. Імідж в повсякденній свідомості. Імідж як образ, що існує в свідомості суб'єкта і впливає на сприймання ним дійсності. Структурні елементи іміджу. Імідж в психології сприймання. Імідж в контексті «Я-концепції». Імідж в соціальній психології.

##### Тема 2. Імідж як об'єкт наукового дослідження.

Психологія іміджу як наукова дисципліна. Символічна природа іміджу. Сімеотика як наука про символи. Імідж в контексті Іміджелогія як прикладна наукова дисципліна. Професія іміджмейкер. Діяльність іміджмейкера по створенню іміджу клієнта. Розробка ефективних технологій іміджування. Іміджування в сфері політики, шоу-бізнесу та виробничо-торгівельній діяльності.

##### Тема 3. Соціально-психологічна природа іміджу.

Імідж в системі індивідуальної поведінки та соціального впливу. Створення іміджу як засобу подолання когнітивного дисонансу. Категоризація і сприймання іміджу.

##### Тема 4. Види іміджу та їх соціально-психологічна характеристика.

Особливості індивідуального іміджу. Індивідуальний імідж орієнтований на самовідчуття. Індивідуальний імідж, розрахований на сприймання оточуючими. Предметний імідж. Груповий імідж. Стереотипи. Корпоративний імідж.

## **Змістовий модуль 2. Психологічні аспекти створення іміджу**

### **Тема 5. Формування конкретної мети при створенні іміджу.**

Цільова установка створення індивідуального іміджу. Індивідуалізація, як вияв особистісного та професійного зростання. Риси, які цінуються в особистості та професіоналі. Статеві-віковий та освітньо-професійний фактори у створенні індивідуального іміджу.

### **Тема 6. Фактори впливу на формування індивідуального іміджу.**

Фізичні дані, як підґрунтя формування індивідуального іміджу. Врахування особистісних рис. Інтелектуальна та професійна складова формування іміджу. Середовищний імідж: середовище в якому існує суб'єкт та речі які його оточують. Статусний та індивідуальний характер речей. Габітарний імідж: костюм, макіяж, зачіска, прикраси. Кінетичний імідж, як манера триматися і рухатися. Вербальний імідж.

### **Тема 7. Створення корпоративного іміджу.**

Адекватність, оригінальність та спрямованість іміджу. Мета створення корпоративного іміджу. Визначення цільової аудиторії іміджу. Розробка концепції іміджу. Формування, впровадження і закріплення іміджу. Основні засоби формування іміджу: фірмовий стиль, візуальні засоби, вербальні засоби, рекламні заходи, PR-засоби, представництво в мережі INTERNET.

### **Тема 8. Підтримка, збереження та покращення іміджу.**

Репутація, як основний засіб збереження іміджу. Здатність поєднувати якісні і зовнішні характеристики предмету, корпорації, та спеціаліста.

Способи втрати довіри споживачів корпорацією та професіоналом.

Способи збереження іміджу професіоналом. Збереження особистісного здоров'я, як засіб досягнення адекватності.

## 6. 2. Структура навчальної дисципліни

### Денна форма навчання

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин		
	Всього годин	Аудиторні заняття	самостійна робота студента
<b>Модуль 1</b>			
<b>Змістовий модуль 1. Психологічні аспекти іміджу.</b>			
Тема 1. Поняття про імідж.	10	4	6
Тема 2. Імідж як об'єкт наукового дослідження.	10	4	6
Тема 3. Соціально-психологічна природа іміджу.	10	4	6
Тема 4. Види іміджу та їх соціально-психологічна характеристика.	12	4	8
<b>Разом за змістовим модулем 1:</b>	<b>42</b>	<b>16</b>	<b>26</b>
<b>Змістовий модуль 2. Психологічні аспекти створення іміджу.</b>			
Тема 5. Формування конкретної мети при створенні іміджу.	10	4	6
Тема 6. Фактори впливу на формування індивідуального іміджу.	14	6	8
Тема 7. Створення корпоративного іміджу.	10	4	6
Тема 8. Підтримка, збереження та покращення іміджу.	14	6	8
<b>Разом за змістовим модулем 2:</b>	<b>48</b>	<b>20</b>	<b>28</b>
<b>Разом:</b>	<b>90</b>	<b>36</b>	<b>54</b>

### Заочна форма навчання

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин		
	Всього годин	Аудиторні заняття	самостійна робота студента
<b>Модуль 1</b>			
<b>Змістовий модуль 1. Психологічні аспекти іміджу.</b>			
Тема 1. Поняття про імідж.	10	1	9
Тема 2. Імідж як об'єкт наукового дослідження.	10	1	9
Тема 3. Соціально-психологічна природа іміджу.	10	1	9
Тема 4. Види іміджу та їх соціально-психологічна характеристика.	12	1	11
<b>Разом за змістовим модулем 1:</b>	<b>42</b>	<b>4</b>	<b>38</b>
<b>Змістовий модуль 2. Психологічні аспекти створення іміджу.</b>			
Тема 5. Формування конкретної мети при створенні іміджу.	10	1	9
Тема 6. Фактори впливу на формування	14	2	12

індивідуального іміджу.			
Тема 7. Створення корпоративного іміджу.	10	1	9
Тема 8. Підтримка, збереження та покращення іміджу.	14	2	12
<b>Разом за змістовим модулем 2:</b>	<b>48</b>	<b>6</b>	<b>42</b>
<b>Разом:</b>	<b>90</b>	<b>10</b>	<b>80</b>

### 6. 3. Самостійна робота (денна форма)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Поняття про імідж.	6
2.	Тема 2. Імідж як об'єкт наукового дослідження.	6
3.	Тема 3. Соціально-психологічна природа іміджу.	6
4.	Тема 4. Види іміджу та їх соціально-психологічна характеристика.	8
5.	Тема 5. Формування конкретної мети при створенні іміджу.	6
6.	Тема 6. Фактори впливу на формування індивідуального іміджу.	8
7.	Тема 7. Створення корпоративного іміджу.	6
8.	Тема 8. Підтримка, збереження та покращення іміджу.	8
	<b>Разом:</b>	<b>54</b>

### Самостійна робота (заочна форма)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Поняття про імідж.	9
2.	Тема 2. Імідж як об'єкт наукового дослідження.	9
3.	Тема 3. Соціально-психологічна природа іміджу.	9
4.	Тема 4. Види іміджу та їх соціально-психологічна характеристика.	11
5.	Тема 5. Формування конкретної мети при створенні іміджу.	9
6.	Тема 6. Фактори впливу на формування індивідуального іміджу.	12
7.	Тема 7. Створення корпоративного іміджу.	9
8.	Тема 8. Підтримка, збереження та покращення іміджу.	12
	<b>Разом:</b>	<b>80</b>

## **7. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна.**

Вивчення навчальної дисципліни передбачає використання LMS Moodle - інтегрованої комп'ютерної системи закладу вищої освіти.

## **8. Методичні рекомендації**

### **8. 1. Методичні рекомендації до організації самостійної роботи.**

#### ***Питання для самостійної роботи.***

1. Поняття корпоративного іміджу.
2. План створення корпоративного іміджу: визначення мети та цільових установок фірми (організації), аналіз адекватності вимог та реальності втілення.
3. Врахування репутації та інших характеристик об'єкту при створенні відповідного іміджу.
4. Визначення цільової аудиторії – реципієнтів іміджу.
5. Створення зовнішнього іміджу відповідно до цільової установки:
6. Продукція (послуги) як основна характеристика іміджу.
7. Зовнішні фактори, що впливають на імідж: престижність місце розташування, дизайн та функціональність приміщення.
8. Зовнішні аксесуари (символіка фірми): їх види та призначення.
9. Корпоративний стиль, як знакова система.
10. Реклама і використання засобів масової інформації у створенні іміджу.
11. Робота по підтримці і збереженню іміджу:
12. Ставлення до фірми її працівників: корпоративна етика та корпоративна поведінка.
13. Запобігання факторам, що здатні зруйнувати імідж та їх класифікація.
14. Заходи по відновленню іміджу, якому завдана шкода.

#### ***Тематика есе:***

1. Імідж політичного діяча (за власним вибором).
2. Імідж «зірки» шоу-бізнесу (за власним вибором) .
3. Імідж корпорації (за власним вибором).
4. Імідж професії (за власним вибором).
5. Власний імідж, як імідж особистості та професіонала.

Дослідити особливості іміджу суб'єкта порівняно з іншими досліджуваними. Визначити ступінь ефективності іміджу відповідно до



проаналізованої мети його створення. Сформулювати рекомендації щодо покращення проаналізованого іміджу.

**Словник:** імідж, сімеотика, імеджеологія, іміджмейкер, технології іміджування, когнітивний дисонанс, індивідуальний імідж, предметний імідж, груповий імідж, корпоративний імідж, стереотипи, індивідуалізація, особистість, середовищ ний імідж, статусний характер речей, індивідуальний характер речей, габі тарний імідж, кінетичний імідж, вербальний імідж, адекватність, цільова аудиторія, концепція іміджу, репутація, види іміджу, реципієнт іміджу.

### Рекомендована література

#### Основна

1. Аверченко Л.К. Имидж и личностный рост: учеб. пособие. - Новосибирск, 1999. - 146с.
2. Биркенбил В. Язык интонации, мимики, жестов. СПб., 1997.
3. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. - М., 1980.
4. Гуменная И.Г. Имидж фирмы: учеб. пособие / И.Г.Гуменная, Л.Е.Стровский. - Екатеринбург, 1997. – 92 с.
5. Гуревич П.С. Приключения имиджа. Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. М., 1991.
6. Дейвис Ф. Ваш абсолютный имидж: Кн. для политиков и бизнесменов, мужчин и женщин. - М., 1997. – 320 с.
7. Джи Б. Имидж фирмы: Планирование, формирование, продвижение (Теория и практика менеджмента): пер. с англ. - СПб. и др., 2000. – 221 с.
8. Дьячкова Э.К. Имиджелогия для руководителя. - Новосибирск, 1998. – 84 с.  
Ивлева Э.К. Имидж и управление: (Рабочая кн. руководителя). - Новосибирск, 1999. - 115с.
9. Имидж женщины-лидера / Л.Ю.Фалько, Л.В.Матвеева, Т.А.Кравцова, Н.Н.Номоканова. - Иваново, 1998. – 95 с.
10. Криксунова И. Создай свой имидж. - СПб., 1997.
11. Морган Г. Имиджи организации: Восемь моделей организационного развития: пер. с англ. - М.: Вершина, 2006. – 414 с. - (Актуальность. Компетентность. Достоверность).
12. Нефедова И. Я и мой имидж / И.Нефедова, Е.Власова. - М., 1997. - 207с.
13. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: Учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.

14. Почепцов Г.Г. Имиджология. - 2-е изд., испр. и доп. - М., 2001. - 698с.

15. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. – СПб.: Алетейя, 2001. – 256 с.

### **Допоміжна**

1. Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер?: Или о том, как создавать свой имидж. - М., 1998. – 239 с.
2. Панасюк А.Ю. Имидж: энцикл. слов. - М.: РИПОЛ классик, 2007. – 767 с. - (Библиотека энциклопедических словарей).
3. Потемкина О.Ф. Способ создания психологического портрета и автопортрета. – М.: Наука, 1993.
4. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз. - Киев, 1996.
5. Почепцов Г.Г. Символы в политической рекламе. - Киев, 1997. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. - Київ, 1996.
6. Романов А.А. Грамматика деловых бесед. - Тверь, 1995.
7. Романов А.А. Управленческая имиджология / А.А.Романов, А.А.Ходырев. - Тверь, 1998. – 243 с.
8. Рюкле Х. Ваше тайное оружие в общении. Мимика, жест, движение. -М., 1996.
9. Сорина Е.А. Истоки имиджа или одежда женщины в азбуке общения (Одежда плюс психология) / Е.А.Сорина, Н.А.Сорина. - М., 1999. – 192 с.
10. Спиллейн М. Создайте свой имидж. Руководство для женщин. - М., 1996.
11. Шепель В.М. Имиджология. Как нравиться людям - М., 2002.

### **Інформаційні ресурси**

1. <http://www.isras.ru/>
2. <http://www.voppsy.ru/>
3. <http://www.psychology.ru/>
4. <http://www.psycheya.ru/>
5. <http://psychology.vuzlib.net/>
6. <http://www.psyche.ru/>
7. <http://www.flogiston.ru/>
8. <http://www.i-u.ru/biblio/>

**Результати перегляду  
робочої програми навчальної дисципліни**

Робоча програма перезатверджена на 20 20 / 20 21 н.р. без змін; зі змінами (Додаток \_\_\_\_\_).  
(потрібне підкреслити)

протокол № 1 від «29» серпня 2020 р. Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ (підпис)  
(Прізвище ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20 \_\_\_\_\_ / 20 \_\_\_\_\_ н.р. без змін; зі змінами (Додаток \_\_\_\_\_).  
(потрібне підкреслити)

протокол № \_\_\_\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р. Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ (підпис)  
(Прізвище ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20 \_\_\_\_\_ / 20 \_\_\_\_\_ н.р. без змін; зі змінами (Додаток \_\_\_\_\_).  
(потрібне підкреслити)

протокол № \_\_\_\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р. Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ (підпис)  
(Прізвище ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20 \_\_\_\_\_ / 20 \_\_\_\_\_ н.р. без змін; зі змінами (Додаток \_\_\_\_\_).  
(потрібне підкреслити)

протокол № \_\_\_\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р. Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ (підпис)  
(Прізвище ініціали)