

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації
Кафедра психології, педагогіки та суспільних дисциплін

Затверджено
Науково-методичною радою Університету,
протокол від «10» 08 2025 № 6

Голова НМР  Іван ШЕМЕЛИНЕЦЬ

Робоча програма навчальної дисципліни

«ПСИХОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ»

для підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня

денної та заочної форм навчання

галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

спеціальність 073 «Менеджмент»

освітня програма «Менеджмент митної справи»

галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»

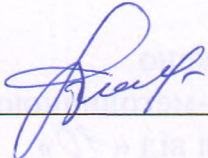
спеціальність 053 «Психологія»


освітня програма «Психологія»

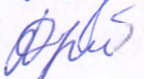
статус дисципліни: обов'язкова

Ірпінь – 2025

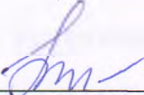
Робоча програма навчальної дисципліни «Психологія управління» підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 053 «Психологія» складена на основі освітньо-професійної програми «Психологія», затвердженої Вченою радою Університете від 12.07.2024, протокол №19 та спеціальність 073 «Менеджмент» складена на основі освітньо-професійної програми «Менеджмент митної справи», затвердженої Вченою радою Університете від 12.07.2024, протокол №19.

Укладачі:  І. Коваленко, к. пед. н., доцент, доцент кафедри психології, педагогіки та суспільних наук


Гарант освітньої програми  М. Заушнікова, к. псих. наук, доцент

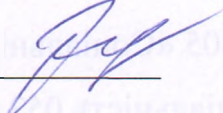
Гарант освітньої програми  Н. Держак, к.е.н., доцент

Робочу програму навчальної дисципліни розглянуто та схвалено кафедрою психології, педагогіки та соціології, протокол від «5» грудня 2024 №8

Завідувача кафедри  І.О. Петухова, к пед. н., доцент

Розглянуто і схвалено вченою радою факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації, протокол від «12» грудня 2024 р. №5

Голова Вченої ради факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації  Н. Зикун, д. н. із соц. ком., професор

Завідувач навчально-методичного відділу  І. Качур, к. біол. н., доцент

Реєстраційний № _____

ЛИСТ ОНОВЛЕННЯ ТА ПЕРЕЗАТВЕРДЖЕННЯ РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ РОЗГЛЯНУТО ТА СХВАЛЕНО на засіданні кафедри психології, педагогіки та суспільних дисциплін Протокол від ____ 202__ р. №.

Лист оновлення та перезатвердження РПНД

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри	Підпис гаранта ОП

ЗМІСТ

1 ПЕРЕДМОВА	4
2 ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	5
2.1. КОМПЕТЕНТНОСТІ І РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ.....	6
2.2. ПРЕРЕКВІЗИТИ ТА ОСТРЕКВІЗИТИ.....	6
2.3. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	7
2.4. РЕЙТИНГ-ПЛАН	8
2.5. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	11
3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	12
4. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	18
5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	21
6. ФОРМИ ТА ПИТАННЯ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ	22
7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	25

1. ПЕРЕДМОВА

Навчальна дисципліна «Формування іміджу викладача у закладах освіти» є вибірковою дисципліною та логічно доповнює освітні компоненти освітньої програми. Зважаючи на актуалізацію професіоналізму як феномену у сучасному соціокультурному полі та на ринку праці, дана дисципліна є надзвичайно актуальною. Необхідність боротьби з негативними процесами сучасності зумовлює підвищення уваги до проблеми іміджу, що органічно доповнює традиційні моральні та цивілізаційні цінності.

Метою викладання навчальної дисципліни «Формування іміджу викладача у закладах освіти» є ознайомлення з поняттям іміджу, ознайомлення з процесом формування іміджу та факторами, що впливають на створення іміджу викладача у закладах освіти, обґрунтування важливості значення соціально схвального іміджу для професійної кар'єри.

Завдання навчальної дисципліни: надати студентам цілісне уявлення про імідж; сформувати навички формування іміджу; допомогти в розумінні факторів, що впливають на створення іміджу; навчити інтерпретувати і використовувати у професійній діяльності та в повсякденному житті знання з теорії та практики іміджелогії, активувати прагнення здобувачів вищої освіти до подальшого професійного і особистісного зростання.

Методи навчання:

1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:
 - словесні, наочні, практичні методи;
 - індуктивний та дедуктивний методи;
 - творчі, проблемно-пошукові методи;
 - індивідуально-консультаційна робота під керівництвом викладача, самостійна робота.
2. Методи стимулювання й мотивації навчально-пізнавальної діяльності:
 - методи стимулювання інтересу до навчання;
 - методи стимулювання обов'язку та відповідальності.
3. Методи контролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності:
 - метод усного контролю;
 - письмовий контроль;
 - тестові методи;
 - контрольна перевірка;
 - диференційований залік.

Форми організації занять: лекції, семінарські заняття, індивідуальна й самостійна робота; робота в мережі Internet, тестування, розробка схеми переговорів, участь у групових дискусіях та моделювання й розв'язання професійних ситуацій.

Форми навчання: денна, заочна.

Організація поточного та підсумкового контролю знань.

Метою поточного контролю є перевірка у здобувачів вищої освіти рівня набутих знань та умінь на лекціях, семінарських заняттях та шляхом самостійного вивчення програмного матеріалу. Поточний контроль здійснюється персоналізованим оцінюванням роботи кожного здобувача вищої освіти. Структура поточного контролю враховує особливості заочної форми навчання.

Максимально можлива оцінка за знання програмного матеріалу дисципліни складає 100 балів.

У поточному контролі знань студентів із дисципліни «Формування іміджу викладача у закладах освіти» оцінюванню підлягають наступні обов'язкові елементи:

1. Системність і активність роботи на семінарських заняттях.
2. Виконання модульних завдань.

Оцінка системності і активності роботи на семінарських заняттях передбачає контроль:

- 1) рівня знань, продемонстрованого студентами у їх виступах чи відповідях на семінарських заняттях;
- 2) результатів виконання і захисту контрольних робіт чи інших завдань, винесених на певне семінарське заняття.

Підсумковий контроль знань: диференційований залік.

2. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів ECTS – 5	Вибіркова	
Модулів – 2	Рік підготовки:	
Змістових модулів - 2	1-й	1-й
Загальна кількість годин – 150	Семестр	
	2 –й	2-й
	Лекції	
	26 год.	6 год.
	Семінарські	
	24 год.	4 год.
	Індивідуально-консультативна робота	
	3 год.	2 год.
	Самостійна робота	
	97 год.	138 год.
Форма підсумкового контролю: диференційований залік.		

2.1. КОМПЕТЕНТНОСТІ І РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

КОМПЕТЕНТНОСТІ	РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ
<p>Здатність ефективно взаємодіяти з колегами в моно та мультидисциплінарних командах.</p> <p>Здатність приймати фахові рішення у складних і непередбачуваних умовах, адаптуватися до нових ситуацій професійної діяльності.</p> <p>Здатність ефективно взаємодіяти з колегами в моно та мультидисциплінарних командах</p> <p>Здатність оцінювати межі власної фахової компетентності Здійснювати адаптацію та модифікацію існуючих наукових та підвищувати професійну кваліфікацію.</p> <p>Здатність дотримуватися у фаховій діяльності норм професійної етики та керуватися загальнолюдськими цінностями.</p> <p>Здатність брати на себе відповідальність і працювати в критичних умовах, вміння злагоджувати конфлікти, працювати в команді, управляти своїм часом.</p>	<p>Здійснювати етично та відповідально прикладні дослідження та психологічні оцінки (тобто потреби споживачів, мікроклімат, організаційний імідж та культура, питання індивідуальної та групової роботи, підготовленість персоналу, мотивація та підвищення ефективності тощо) щодо потреб бізнесу та характеристик організації, формувати та повідомляти цільові результати, висновки та обґрунтовані практичні рекомендації.</p> <p>Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, навчання та саморозвитку. Застосовувати творчо сплановані втручання, неупереджено оцінювати досягнуті результати, отримувати та надавати зворотний зв'язок, розмірковувати про власний досвід та досвід цільових груп, а також узагальнювати його стосовно загальних організаційних цілей та добробуту свого колективу.</p> <p>Вирішувати етичні дилеми з опорою на норми закону, етичні принципи та загальнолюдські цінності</p> <p>Формулювати думку логічно, доступно, дискутувати, відстоювати власну позицію, модифікувати висловлювання відповідно до культуральних особливостей співрозмовника.</p> <p>Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, навчання та саморозвитку</p>

2.2 ПЕРЕКВІЗИТИ ТА ПОСТРЕКВІЗИТИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами для вивчення навчальної дисципліни «Формування іміджу викладача у закладах освіти» є: Педагогіка і психологія освітнього процесу

Наступною для цієї дисципліни буде Переддипломна практика

2.3 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин									
	денна форма					заочна форма				
	усь ого	у тому числі				усь ого	у тому числі			
		л	с	І. р.	С. р		л	с	І.к .р	с.р
	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Модуль I = 2,5 зал. кред. (63 год.)										
<i>Змістовий модуль №1. Теоретичні аспекти формування іміджу</i>										
Т1. Соціально-психологічна природа іміджу	18	4	2		12	18				18
Т.2 Імідж як соціокультурний феномен	19	4	2		13	20	2			18
Т.3 Іміджологія як наука	20	4	4		12	21		2		18
Т. 4 Роль лідерства та харизми в формуванні іміджу наставника.	18	2	4		12	19	2			17
Форма контролю: модульна контрольна робота (за рахунок семінарського заняття – 40 хв.)										
Разом за Модулем 1	75	14	12	0	49	77	4	2	0	71
Модуль II = 2,5 зал. кред. (57 год.)										
<i>Змістовий модуль №2. Прикладні аспекти формування іміджу</i>										
Т.5 Іміджмейкінг як технологія формування іміджу	16	2	2		12	17				17
Т.6 Соціально-психологічні особливості формування професійного іміджу фахівця	19	2	2	3	12	19			2	17
Т.7 Технології формування іміджу	20	4	4		12	19	2			17
Т.8 Самопрезентація: стратегії та тактики	20	4	4		12	18		2		16
Форма контролю: модульна контрольна робота (за рахунок семінарського заняття – 40 хв.)										
Разом за Модулем 2	75	12	12	3	48	73	2	2	2	67
Комп'ютерне тестування на платформі дистанційного навчання ДПУ MOODLE										
Усього годин	150	26	24	3	97	150	6	4	2	138

2.4. РЕЙТИНГ-ПЛАН

Години		Тема	Форма заняття та діяльності (лекція, семінар, практична робота, самостійна робота здобувача, контрольний захід, підсумкове тестування, індивідуальна робота)	Результати навчання	Вага оцінки (кількість балів) Денна форма	Вага оцінки (кількість балів) Заочна форма
Денна форма	Заочна форма					
Модуль 1. Змістовий модуль №1.						
ЗАГАЛЬНА ЧАСТИНА ЮРИДИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ						
4 2 12	0 0 18	Тема 1. Соціально-психологічна природа іміджу	Лекція Семінарське заняття Самостійна робота	Здійснювати етично та відповідально прикладні дослідження та психологічні оцінки (тобто потреби споживачів, мікроклімат, організаційний імідж та культура, питання індивідуальної та групової роботи, підготовленість персоналу, мотивація та підвищення ефективності тощо) щодо потреб бізнесу та характеристик організації, формувати та повідомляти цільові результати, висновки та обґрунтовані практичні рекомендації. Застосовувати творчо сплановані втручання, неупереджено оцінювати досягнуті результати, отримувати та надавати зворотний зв'язок, розмірковувати про власний досвід та досвід цільових груп, а також узагальнювати його стосовно загальних організаційних цілей та добробуту свого колективу. Вирішувати етичні дилеми з опорою на норми закону, етичні принципи та загальнолюдські цінності	0 2 0	0 0 0
4 2	2 0	Тема 2. Імідж як соціокультурний феномен	Лекція Семінарське заняття	Здійснювати етично та відповідально прикладні дослідження та психологічні	0 2	0 0

13	18		Самостійна робота	оцінки (тобто потреби споживачів, мікроклімат, організаційний імідж та культура, питання індивідуальної та групової роботи, підготовленість персоналу, мотивація та підвищення ефективності тощо) щодо потреб бізнесу та характеристик організації, формувати та повідомляти цільові результати, висновки та обґрунтовані практичні рекомендації. Застосовувати творчо сплановані втручання, неупереджено оцінювати досягнуті результати, отримувати та надавати зворотний зв'язок, розмірковувати про власний досвід та досвід цільових груп, а також узагальнювати його стосовно загальних організаційних цілей та добробуту свого колективу. Вирішувати етичні дилеми з опорою на норми закону, етичні принципи та загальнолюдські цінності	0	0
4	0	Тема 3. Іміджологія як наука	Лекція	Робити прогноз щодо розвитку особистості, груп, організацій.	0	0
4	0		Семінарське заняття	Застосовувати творчо сплановані втручання, неупереджено оцінювати досягнуті результати, отримувати та надавати зворотний зв'язок, розмірковувати про власний досвід та досвід цільових груп, а також узагальнювати його стосовно загальних організаційних цілей та добробуту свого колективу.	4	0
12	18		Самостійна робота	Застосовувати творчо сплановані втручання, неупереджено оцінювати досягнуті результати, отримувати та надавати зворотний зв'язок, розмірковувати про власний досвід та досвід цільових груп, а також узагальнювати його стосовно загальних організаційних цілей та добробуту свого колективу. Вирішувати етичні дилеми з опорою на норми закону, етичні принципи та загальнолюдські цінності	0	0

2 4 12	2 2 17	Тема 4. Роль лідерства та харизми в формуванні іміджу наставника.	Лекція Семінарське заняття Самостійна робота	.Застосовувати творчо сплановані втручання, неупереджено оцінювати досягнуті результати, отримувати та надавати зворотний зв'язок, розмірковувати про власний досвід та досвід цільових груп, а також узагальнювати його стосовно загальних організаційних цілей та добробуту свого колективу. Вирішувати етичні дилеми з опорою на норми закону, етичні принципи та загальнолюдські цінності	0 4 0	0 10 0
Проміжний модульний контроль 1					6	
Усього за модулем 1					18	10
Модуль II						
Змістовий модуль №2. ОСОБЛИВА ЧАСТИНА						
2 2 12	0 0 17	Тема 5. Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність	Лекція Семінарське заняття Самостійна робота	Застосовувати творчо сплановані втручання, неупереджено оцінювати досягнуті результати, отримувати та надавати зворотний зв'язок, розмірковувати про власний досвід та досвід цільових груп, а також узагальнювати його стосовно загальних організаційних цілей та добробуту свого колективу. Вирішувати етичні дилеми з опорою на норми закону, етичні принципи та загальнолюдські цінності	0 2 0	0 0 0
2 2 3 12	0 0 2 17	Тема 6. Соціально-психологічні особливості формування професійного іміджу фахівця	Лекція Семінарське заняття Індивідуально - консультаційна робота Самостійна робота	Застосовувати творчо сплановані втручання, неупереджено оцінювати досягнуті результати, отримувати та надавати зворотний зв'язок, розмірковувати про власний досвід та досвід цільових груп, а також узагальнювати його стосовно загальних організаційних цілей та добробуту свого колективу. Вирішувати етичні дилеми з опорою на норми закону, етичні принципи та загальнолюдські цінності	0 2 9 0	0 0 15 0
4 4	2 0	Тема 7. Технології	Лекція Семінарське	Застосовувати творчо сплановані втручання,	0 4	0 0

12	17	формування іміджу	заняття Самостійна робота	неупереджено досягнуті отримувати зворотний зв'язок, розмірковувати про власний досвід та досвід цільових груп, а також узагальнювати його стосовно організаційних цілей та добробуту свого колективу. Вирішувати етичні дилеми з опорою на норми закону, етичні принципи та загальнолюдські цінності	оцінювати результати, надавати та	0	0
4	0	Тема 8. Самопрезентація: стратегії і тактики	Лекція	Застосовувати творчо		0	0
4	2		Семінарське заняття	сплановані втручання,		4	10
12	16		Самостійна робота	неупереджено досягнуті отримувати зворотний зв'язок, розмірковувати про власний досвід та досвід цільових груп, а також узагальнювати його стосовно організаційних цілей та добробуту свого колективу. Вирішувати етичні дилеми з опорою на норми закону, етичні принципи та загальнолюдські цінності	оцінювати результати, надавати та	0	0
Проміжний модульний контроль 2/АКР						6	10
		Усього за модулем 2				27	35
Комп'ютерне тестування на платформі дистанційного навчання ДПУ MOODLE						5	5
Форма підсумкового контролю – диференційований залік						50	50
Усього за курсом						100	100

2.5. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Мультимедійний супровід освітнього процесу, Zoom, Moodle

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовний модуль 1. Соціологія як наука про суспільство

Тема 1. Соціально-психологічна природа іміджу

План лекційного заняття

1. Поняття іміджу
2. Символічна природа іміджу
3. Імідж в контексті символічної комунікації
4. Я- концепція як сукупність установок і імідж
5. Імідж в системі індивідуальної поведінки та соціального впливу
6. Створення іміджу як засобу подолання когнітивного дисонансу

План семінарського заняття

1. Я-концепція в системі побудови іміджу фахівця. Сукупність психологічних установок на імідж.
2. Складові та характеристика Я-концепції. (К. Роджерс, К. Хорні).
3. Складові та характеристика Я-концепції Дж. Міда У.Джеймса М Куна
4. Імідж як знакова система. Семіотичні моделі візуальної комунікації: модель Р. Барта, модель У. Еко, модель П. Флоренського, модель Р. Якобсона, модель Ю. Лотмана.
5. Імідж як історична та структурна константа комунікаційного простору суспільства.

План самостійної роботи здобувача вищої освіти

1. Закономірності виникнення атракції у професійній діяльності.
2. Атракція, як важливий компонент психології іміджу.

1. Перелік питань для самоконтролю

Рекомендована література:

Основна: [1,2, 3].

Допоміжна: [1,2,3].

Інформаційні ресурси Інтернет: [1,2].

Міжнародні видання: [2].

Тема 2. Імідж як соціокультурний феномен

План лекційного заняття

1. Основні підходи до визначення поняття “імідж”.
2. Співвідношення понять *імідж, образ, ідеал, маска, стереотип, репутація, статус, престиж*.
3. Проблема класифікації іміджу.
4. Біологічний, комунікативний, соціальний, міфологічний, професійний та контекстний компоненти іміджу.
5. Роль гендерних стереотипів у професійній діяльності викладача

План семінарського заняття

1. Основні підходи до визначення поняття “імідж”.
2. Співвідношення понять імідж, образ, ідеал, маска, стереотип, репутація, статус, престиж.
3. Проблема класифікації іміджу.
4. Імідж і його функції
5. Біологічний, комунікативний, соціальний, міфологічний, професійний та контекстний компоненти іміджу.
6. Імідж і образ. Імідж і репутація. Імідж і бренд. Особистий бренд

План самостійної роботи здобувача вищої освіти

1. Гендерні ролі. Імідж жінки та імідж чоловіка: спільне і відмінне.
2. Архетипи та стереотипи у процесі формування іміджу.

Перелік питань для самоконтролю

1. Проаналізуйте роль гендерних стереотипів у життєдіяльності особистості..
2. Що таке особистий бренд та яке його значення для іміджу?
3. Як пов'язані між собою імідж і репутація
4. Охарактеризуйте основні функції іміджу викладача.
5. Опишіть відомі Вам інтерпретації поняття «Імідж»

Рекомендована література:

Основна: [1,2, 3].

Допоміжна: [1,2,3].

Інформаційні ресурси Інтернет: [1,2,3].

Міжнародні видання: [1,2,3,4].

Тема 3. Іміджологія як наука**План лекційного заняття**

1. Іміджологія як особлива галузь гуманітарних знань.
2. Науково-методологічна та філософська бази іміджології.
3. Основні етапи розвитку іміджології.

План семінарського заняття

1. Іміджологія як особлива галузь гуманітарних знань. Зв'язок іміджології з психологією, соціологією, конфліктологією, маркетингом, політологією, менеджментом, риторикою, семіотикою, теорією та практикою соціальних комунікацій.
2. Науково-методологічна та філософська бази іміджології.
3. Інструментарій та основні етапи дослідження категорій іміджу
4. Теоретична та прикладна іміджології.

План самостійної роботи здобувачів вищої освіти

1. Іміджологія в Україні
2. Складіть таблицю етапів розвитку світової іміджології
3. Складіть таблицю етапів розвитку вітчизняної іміджології

Перелік питань для самоконтролю

1. Перерахуйте галузі наукових знань, пов'язаних з іміджологією
2. Назвіть функції іміджу в сучасному суспільстві для сучасного фахівця
3. Які є підходи в інтерпретації іміджу?

Рекомендована література:

Основна: [1,2, 3].

Допоміжна: [1,2,3].

Інформаційні ресурси Інтернет: [1,2].

Міжнародні видання: [1,2].

Тема 4. Роль лідерства та харизми в формуванні іміджу наставника.**План лекційного заняття**

1. Феномен лідерства. Типи лідерів.
2. Зовнішність та психологія лідера.
3. Суть та чинники харизми.
4. Харизматичний імідж.
5. Харизматична комунікація.

План семінарського заняття

1. Феномен лідерства. Типи лідерів.
2. Зовнішність та психологія лідера.
3. Суть та чинники харизми.
4. Харизматичний імідж.
5. Харизматична комунікація.

План самостійної роботи здобувачів вищої освіти

1. Зробіть таблицю типів лідера з відповідною характеристикою
2. Зробіть таблицю типів лідера за М.Вебером з відповідною характеристикою

Перелік питань для самоконтролю

1. Охарактеризуйте феномен лідерства.
2. Опишіть, які типи лідерів Вам відомі
3. Які види правління за М. Вебером Ви знаєте? Якою є їх роль в суспільстві.

Рекомендована література:

Основна: [1,2, 3].

Допоміжна: [1,2,3,4,5].

Інформаційні ресурси Інтернет: [1,2,4].

Міжнародні видання: [2].

Змістовний модуль 2. Прикладні аспекти формування іміджу

Тема 5. Іміджмейкінг як технологія формування іміджу

План лекційного заняття

1. Іміджмейкінг як особлива практична галузь іміджології. Основні підходи до розуміння поняття “іміджмейкінг”.
2. Іміджмейкінг як комунікаційна технологія та система. Складові іміджмейкінгу (концепція О. Панасюка).
3. Специфіка професії іміджмейкера. Професійні орієнтири іміджмейкера.
4. Діяльність іміджмейкера та психологія сприйняття образу. Типологія соціальної перцепції

План семінарського заняття

1. Іміджмейкінг як особлива практична галузь іміджології. Основні підходи до розуміння поняття “іміджмейкінг”.
2. Іміджмейкінг як комунікаційна технологія та система. Складові іміджмейкінгу (концепція О. Панасюка).
3. Специфіка професії іміджмейкера. Сфери впливу й напрямки діяльності іміджмейкера.
4. Діяльність іміджмейкера та психологія сприйняття образу.
5. Типологія соціальної перцепції

План самостійної роботи здобувачів вищої освіти

1. Види іміджу з позиції професійної діяльності.
2. Соціально-психологічне проектування як форма представлення іміджу.
3. Об'єкти соціального проектування.

Перелік питань для самоконтролю

1. Охарактеризуйте іміджмейкінг як практичну галузь іміджології.
2. Визначте основні підходи до розуміння поняття “іміджмейкінг”.
3. Охарактеризуйте іміджмейкінг як комунікаційну технологію та систему.
4. Назвіть складові іміджмейкінгу (концепція О. Панасюка).
5. Як пов'язана діяльність іміджмейкера та психологія сприйняття образу.

Рекомендована література:

Основна: [1,2, 3].

Допоміжна: [1,2,3,5].

Інформаційні ресурси Інтернет: [1,2,3].

Міжнародні видання: [2,4].

Тема 6. Соціально-психологічні особливості формування професійного іміджу фахівця

План лекційного заняття

1. Формування іміджу як створення соціальної реальності у людській свідомості. Поняття громадська думка та суспільна свідомість.
2. Перцептивне спілкування. Соціальні стереотипи й аттitudи (установки) у процесі створення іміджу
3. Соціально-психологічні феномени трансляції й сприйняття іміджу: інтуїція, хіндсайт, соціальні очікування, фундаментальна помилка атрибуції, установка, переконання, оцінка.
4. Психологія впливу та процес формування іміджу.
5. Соціально-психологічний інструментарій формування іміджу
6. Принципи психологічного проектування іміджу – принципи цілісності та заданості.

План семінарського заняття

1. Формування іміджу як створення соціальної реальності у людській свідомості. Поняття громадська думка та суспільна свідомість.
2. Перцептивне спілкування. Соціальні стереотипи й аттitudи (установки) у процесі іміджування.

3. Соціально-психологічні феномени трансляції й сприйняття іміджу: інтуїція, хіндсайт, соціальні очікування, фундаментальна помилка атрибуції, установка, переконання, оцінка.
4. Психологія впливу та іміджування.
5. Соціально-психологічний інструментарій іміджування та його вплив на аудиторію:
 - 5.1. Позиціонування, маніпулювання, міфологізація як основні інструменти впливу на аудиторію.
 - 5.2. Емоціоналізація, вербалізація, візуалізація як основні прийоми іміджування.
 - 5.3. Деталізація та метафоризація іміджу у соціальному просторі.
 - 5.4. Нейролінгвістичне програмування у процесі створення іміджу публічної персони.
6. Робота із соціальною інформацією при побудові іміджу

План самостійної роботи здобувачів вищої освіти

1. Принципи психологічного проектування іміджу – принципи цілісності та заданості.
2. Випишіть всі значущі інструменти іміджування для викладача та проранжуйте їх за ступенем значущості
3. Роль першого враження на сприйняття людини

Перелік питань для самоконтролю

1. Чи є, на вашу думку, формування іміджу створенням соціальної реальності у людській свідомості?
2. Поясніть поняття «громадська думка» та «суспільна свідомість».
3. У чому полягає специфіка перцептивного спілкування? Як ви розумієте поняття «соціальні стереотипи й аттїтуди (установки)» у процесі іміджування?
4. Що таке феномени трансляції й сприйняття іміджу.
5. Як пов'язані психологія впливу та іміджування?
6. Назвіть соціально-психологічний інструментарій іміджування та поясніть його вплив на аудиторію.
7. Розкрийте питання: позиціонування, маніпулювання, міфологізація як основні інструменти впливу на аудиторію
8. Розкрийте питання: емоціоналізація, вербалізація, візуалізація як основні прийоми іміджування.
9. Яку роль відіграють деталізація та метафоризація іміджу у соціальному просторі?
10. Яке місце нейролінгвістичного програмування у процесі створення іміджу публічної персони?
11. Поясніть принципи психологічного проектування іміджу (принципи цілісності та заданості).
12. Чутки розглядають як форму стихійної комунікації. А як же бути із свідомим, плановим поширенням чуток? Чи перестають чутки в такому випадку бути формою стихійної комунікації?
13. Чому профілактика чуток іноді ефективніша, ніж різні методи спростування їх?

Рекомендована література:

- Основна: [1,2, 3].
 Допоміжна: [1,2,3,4,5].
 Інформаційні ресурси Інтернет: [1,2,4,5].
 Міжнародні видання: [1,2,3,4,8].

Тема 7. Технології формування іміджу

План лекційного заняття

1. Формування іміджу як технологія корекційно-виховного впливу.
2. Групова та індивідуальна форми формування іміджу.
3. Базова модель технологій створення іміджу та її складові.
4. Поняття Я-концепції, її місце у технології іміджування.
5. Структура Я-концепції особистості.
6. Образ фізичного Я у структурі Я-коцепції. Поняття схема тіла та образ тіла. Робота з тілесністю.
7. Самооцінка людини та її роль у формуванні позитивного іміджу.

План семінарського заняття

1. Іміджування – технологія корекційно-виховного впливу.
2. Групова та індивідуальна форми іміджування. Принципи роботи сучасних імідж-центрів.
3. Базова модель технології іміджування та її складові.
4. Поняття Я-концепції, її місце у технології іміджування.

5. Структура Я-концепції особистості.
6. Образ фізичного Я у структурі Я-коцепції. Поняття схема тіла та образ тіла. Робота іміджмейкера з тілесністю клієнта.
7. Самооцінка людини та її роль у формуванні позитивного іміджу.

План самостійної роботи здобувачів вищої освіти

Самовдосконалення у психології іміджу. Стратегії самовдосконалення.

1. Фізичні дані як підґрунтя формування індивідуального іміджу.
2. Психологічні особливості діяльності фахівця, які сприяють побудові позитивного іміджу.
3. Відповідність психологічних особливостей професійно важливим якостям фахівця, як основа
4. позитивного іміджу.

Перелік питань для самоконтролю

1. Чому іміджування називають технологією корекційно-виховного впливу?
2. Схарактеризуйте групову та індивідуальну форми іміджування.
3. Яка базова модель технології іміджування та її складові?
2. Розкрийте поняття Я-концепції та її місце у технології іміджування.
3. Охарактеризуйте структуру Я-концепції особистості.
4. Яке місце займає образ фізичного Я у структурі Я-коцепції?
5. У чому полягає специфіка роботи іміджмейкера з тілесністю клієнта.
6. Яка роль належить самооцінці людини у формуванні позитивного іміджу?

Рекомендована література:

Основна: [1,2, 3].

Допоміжна: [1,2,3,4, 5].

Інформаційні ресурси Інтернет: [1,2,3].

Міжнародні видання: [2,4].

Тема 8. Самопрезентація: стратегії та тактики

План лекційного заняття

1. Самопрезентація в процесі створення іміджу
2. Концепція самопрезентації Ервіна Гофмана
3. Самопрезентація у системі соціальної взаємодії.
4. Стратегії та тактики самопрезентації. Чинники, що впливають на ефективність самопрезентації.
5. Основні мотиваційні моделі самопрезентації.
6. Структура технології самопрезентації:

План семінарського заняття

1. Самопрезентація: важливість в формуванні іміджу
2. Теоретичні основи самопрезентації. Концепція самопрезентації Ервіна Гофмана у праці "Presentation of Self in Everyday Life" .
3. Самопрезентація у системі соціальної взаємодії.
4. Стратегії та тактики самопрезентації. Чинники, що впливають на ефективність самопрезентації.
5. Основні мотиваційні моделі самопрезентації.
6. Структура технології самопрезентації:
 - а) розробка Я-концепції (візуалізація образу, комунікативна механіка, вербальний ефект, технологія флюїдного сяяння);
 - б) аналіз та врахування потреб конкретного середовища й аудиторії;
 - в) аналіз контексту;
 - г) створення message-інформації про особу.

План самостійної роботи здобувачів вищої освіти

1. Створіть модель самопрезентації викладача
2. Перерахуйте основні стратегії і тактики самопрезентації, важливі для викладача

Перелік питань для самоконтролю

1. Чому самопрезентація є основним соціально-психологічним методом подання іміджу?
2. Розкрийте теоретичні основи самопрезентації.
3. Охарактеризуйте самопрезентацію у системі соціальної взаємодії.
4. Назвіть стратегії та тактики самопрезентації

5. Перерахуйте чинники, що впливають на ефективність самопрезентації.

6. Назвіть основні мотиваційні моделі самопрезентації.

Рекомендована література:

Основна: [1,2, 3].

Допоміжна: [1,2,3,5].

Інформаційні ресурси Інтернет: [1,2].

Міжнародні видання: [7,8].

4. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Загальний розподіл балів, які здобувач вищої освіти може отримати в межах 100- бальної системи оцінювання, представлено в табл.

Максимальна кількість балів отримана здобувачем вищої освіти на семінарському занятті становить 2 бали (10 для заочної форми навчання)

Виконання самостійної роботи оцінюється під час проведення семінарського заняття у вигляді опитування за питаннями, які виносяться на самостійну роботу.

Загальний розподіл балів, які здобувач вищої освіти може отримати в межах 100- бальної системи оцінювання, повинен включати обов'язкове комп'ютерне тестування на платформі дистанційного навчання ДПУ MOODLE (максимально до 5 балів).

Критерії оцінювання відповіді на семінарському занятті

Денна форма навчання

Критерії оцінювання	К-сть балів
Оцінюється робота здобувача вищої освіти, який у повному обсязі дав відповіді на всі питання. При цьому використовував актуальну наукову термінологію, належним чином обґрунтував свої думки та зробив узагальнені підсумки.	2
Оцінюється робота здобувача вищої освіти, який в основному розкрив зміст теоретичних питань. Проте, при висвітленні деяких питань не вистачало достатньої аргументації, допускалися при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.	1,5
Оцінюється робота здобувача вищої освіти, який дав фрагментарні відповіді на теоретичні питання (без аргументації й обґрунтування, підсумків), у відповідях присутні неточності та помилки або відповідь дана лише на окремі питання.	1
Оцінюється робота здобувача вищої освіти, який дав неправильну відповідь на всі теоретичні питання, допустив істотні помилки, оперував неактуальною застарілою інформацією або відповіді на питання відсутні взагалі.	0

Критерії оцінювання відповіді на семінарському занятті

Заочна форма навчання

Критерії оцінювання	К-сть балів
Оцінюється робота здобувача вищої освіти, який у повному обсязі дав відповіді на всі питання. При цьому використовував актуальну наукову термінологію, належним чином обґрунтував свої думки та зробив узагальнені підсумки.	10
Оцінюється робота здобувача вищої освіти, який в основному розкрив зміст теоретичних питань. Проте, при висвітленні деяких питань не вистачало достатньої аргументації, допускалися при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.	7
Оцінюється робота здобувача вищої освіти, який дав фрагментарні відповіді на теоретичні питання (без аргументації й обґрунтування, підсумків), у відповідях присутні неточності та помилки або відповідь дана лише на окремі питання.	3
Оцінюється робота здобувача вищої освіти, який дав неправильну відповідь на всі теоретичні питання, допустив істотні помилки, оперував неактуальною застарілою інформацією або відповіді на питання відсутні взагалі.	1

Критерії оцінювання контрольних робіт

Денна форма навчання

К-сть балів	Критерії оцінювання
5-6	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно тааргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу.
3-4	Здобувач вищої освіти володіє теоретичними засадами досліджуваної теми, проте не здатний навести прикладів
1-2	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.
0	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Не вирішив жодного тестового завдання.

Заочна форма навчання

К-сть балів	Критерії оцінювання
10-8	В повному обсязі розкрито теоретичні питання на основі програмного та додаткового матеріалу. При виконанні завдань здобувач вищої освіти застосовує узагальнені знання навчального матеріалу, передбачені навчальною програмою.
7-5	Здобувач вищої освіти володіє теоретичними засадами досліджуваної теми, проте не здатний навести прикладів
4-2	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.
1-0	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Не вирішив жодного тестового завдання.

Критерії оцінювання індивідуально-консультаційної роботи.

У робочій програмі зазначається назва індивідуального завдання, його обсяг, структура, коротка характеристика змісту і вимог до виконання та оцінювання

Індивідуальна робота здійснюється у формі реферату або презентації від 0 до 9 балів (денна), від 0 до 15 балів (заочна) форми навчання.

Шкала оцінювання індивідуально-консультаційної роботи здобувачів вищої освіти

денна форми навчання

Кількість балів	Критерії оцінювання
8-9	Послідовність, логічність написання роботи, а також підготовка презентації та, відповідно, його захист, а також виокремлення з різних джерел основних положень, які структурно об'єднанні, проаналізовані та узагальнені висновками.
6-7	Достатній рівень представленої роботи, її теоретичний аналіз, проте без пов'язання результатів із практичною діяльністю психолога.
4-5	Достатній рівень представленої роботи, її теоретичний аналіз, підготовлена презентація, що розкриває основні положення, проте здобувач не захистив представлений матеріал
1-3	Робота виконана поверхово, не захищена, відсутня презентація
0	Робота відсутня

**Шкала оцінювання індивідуальної роботи здобувачів вищої освіти
заочної форми навчання**

Кількість балів	Критерії оцінювання
12-15	Послідовність, логічність написання роботи, а також підготовка презентації та, відповідно, його захист, а також виокремлення з різних джерел основних положень, які структурно об'єднані, проаналізовані та узагальнені висновками.
8-11	Достатній рівень представленої роботи, її теоретичний аналіз, проте без пов'язання результатів із практичною діяльністю психолога.
4-7	Достатній рівень представленої роботи, її теоретичний аналіз, підготовлена презентація, що розкриває основні положення, проте здобувач не захистив представлений матеріал
3-1	Робота виконана поверхово, не захищена, відсутня презентація
0	Робота відсутня

Підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за результатами поточного контролю (від 0 до 100 балів) та екзамену (від 0 до 50 балів). Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання є отримання не менше 25 балів за поточний контроль та 25 балів за підсумковий контроль у формі екзамену.

Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання в національну шкалу та шкалу за системою ЄКТС здійснюється в такому порядку:

10. Шкала оцінювання

Сума балів за 100-бальною шкалою	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
			Екзамен, курсова робота, практика	Залік
90-100	A	відмінно	відмінно	зараховано
80-89	B	дуже добре	добре	
70-79	C	добре		
60-69	D	задовільно	задовільно	
50-59	E	достатньо		
35-49	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	незадовільно	не нараховано
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу		

Результати складання екзамену оцінюються та вносяться у відомість обліку успішності здобувача вищої освіти, залікову книжку, індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти (крім «незадовільно» і «не зараховано»).

НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА

Шкала та критерії перезарахування результатів навчання, здобутих в неформальній освіті здобувача

Кількість балів	Форма заняття та діяльності	Критерії оцінювання	Рекомендовані ресурси для результату здобуття
10	Індивідуальна робота	Оцінюється робота за результатами надання сертифікату обсягом 30 годин (1 кредит ECTS) або більше	Масові онлайн курси https://www.dpu.edu.ua/osvita/neformalna-informalna-osvita
3	Семінарське заняття	Оцінюється робота за результатами надання сертифікату за темою заняття	Масові онлайн курси на платформі EdERA, Прометеус тощо. Онлайн курси мережевої академії Cisco (https://www.netacad.com/) тощо.
0	Відсутній результат або результат не відповідає тематиці дисципліни		

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Подається перелік засобів діагностики, які застосовуються при вивченні навчальної дисципліни:

- диференційований залік;
- тестування;
- комп'ютерне тестування на платформі MOODLE ДПУ;
- аналітичні звіти, реферати, есе;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;

6. ФОРМИ ТА ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Перелік питань до поточного контролю 1

1. Поняття іміджу
2. Символічна природа іміджу
3. Імідж в контексті символічної комунікації
4. Я- концепція як сукупність установок і імідж
5. Імідж в системі індивідуальної поведінки та соціального впливу
6. Створення іміджу як засобу подолання когнітивного дисонансу
7. Я-концепція в системі побудови іміджу фахівця. Сукупність психологічних установок на імідж.
8. Складові та характеристика Я-концепції. (К. Роджерс, К. Хорні).
9. Складові та характеристика Я-концепції Дж. Міда У.Джеймса М Куна
10. Імідж як знакова система. Семіотичні моделі візуальної комунікації: модель Р. Барта, модель У. Еко, модель П. Флоренського, модель Р. Якобсона, модель Ю. Лотмана.
11. Імідж як історична та структурна константа комунікаційного простору суспільства.
12. Закономірності виникнення атракції у професійній діяльності.
13. Атракція, як важливий компонент психології іміджу.
14. Основні підходи до визначення поняття “імідж”.
15. Співвідношення понять *імідж, образ, ідеал, маска, стереотип, репутація, статус, престиж*.
16. Проблема класифікації іміджу.
17. Біологічний, комунікативний, соціальний, міфологічний, професійний та контекстний компоненти іміджу.
18. Роль гендерних стереотипів у професійній діяльності викладача
19. Імідж і його функції
20. Біологічний, комунікативний, соціальний, міфологічний, професійний та контекстний компоненти іміджу.
21. Імідж і образ. Імідж і репутація. Імідж і бренд. Особистий бренд
22. Основні етапи розвитку іміджології.
23. Іміджологія як особлива галузь гуманітарних знань. Зв'язок іміджології з іншими науками
24. Науково-методологічна та філософська бази іміджології.
25. Інструментарій та основні етапи дослідження категорій іміджу
26. Теоретична та прикладна іміджології.
27. Іміджологія в Україні
28. Феномен лідерства. Типи лідерів.
29. Зовнішність та психологія лідера.
30. Суть та чинники харизми.
31. Харизматичний імідж.
32. Харизматична комунікація.

Перелік питань до поточного контролю 2

33. Іміджмейкінг як особлива практична галузь іміджології. Основні підходи до розуміння поняття “іміджмейкінг”.
34. Іміджмейкінг як комунікаційна технологія та система. Складові іміджмейкінгу (концепція О. Панасюка).
35. Специфіка професії іміджмейкера. Сфери впливу й напрямки діяльності іміджмейкера.
36. Діяльність іміджмейкера та психологія сприйняття образу.
37. Типологія соціальної перцепції
38. Формування іміджу як створення соціальної реальності у людській свідомості. Поняття громадська думка та суспільна свідомість.
39. Перцептивне спілкування. Соціальні стереотипи й аттїтуди (установки) у процесі створення іміджу
40. Соціально-психологічні феномени трансляції й сприйняття іміджу: інтуїція, хіндсайт, соціальні очікування, фундаментальна помилка атрибуції, установка, переконання, оцінка.
41. Психологія впливу та процес формування іміджу.
42. Соціально-психологічний інструментарій формування іміджу

43. Принципи психологічного проектування іміджу – принципи цілісності та заданості.
44. Формування іміджу як створення соціальної реальності у людській свідомості. Поняття громадська думка та суспільна свідомість.
45. Перцептивне спілкування. Соціальні стереотипи й аттїтуди (установки) у процесі іміджування.
46. Соціально-психологічні феномени трансляції й сприйняття іміджу: інтуїція, хіндсайт, соціальні очікування, фундаментальна помилка атрибуції, установка, переконання, оцінка.
47. Психологія впливу та іміджування.
48. Соціально-психологічний інструментарій іміджування та його вплив на аудиторію:
49. Позиціонування, маніпулювання, міфологізація як основні інструменти впливу на аудиторію.
50. Емоціоналізація, вербалізація, візуалізація як основні прийоми іміджування.
51. Деталізація та метафоризація іміджу у соціальному просторі.
52. Нейролінгвістичне програмування у процесі створення іміджу публічної персони.
53. Робота із соціальною інформацією при побудові іміджу
54. Принципи психологічного проектування іміджу – принципи цілісності та заданості.
55. Випишіть всі значущі інструменти іміджування для викладача та проранжуйте їх за ступенем значущості
56. Роль першого враження на сприйняття людини
57. Формування іміджу як технологія корекційно-виховного впливу.
58. Групова та індивідуальна форми формування іміджу.
59. Базова модель технологій створення іміджу та її складові.
60. Поняття Я-концепції, її місце у технології іміджування.
61. Структура Я-концепції особистості.
62. Образ фізичного Я у структурі Я-коцепції. Поняття схема тіла та образ тіла. Робота з тілесністю.
63. Самооцінка людини та її роль у формуванні позитивного іміджу.
64. Самовдосконалення у психології іміджу. Стратегії самовдосконалення.
65. Фізичні дані як підґрунтя формування індивідуального іміджу.
66. Психологічні особливості діяльності фахівця, які сприяють побудові позитивного іміджу.
67. Відповідність психологічних особливостей професійно важливим якостям фахівця, як основа позитивного іміджу.
68. Самопрезентація: важливість в формуванні іміджу
70. Теоретичні основи самопрезентації. Концепція самопрезентації Ервіна Гофмана у праці “Presentation of Self in Everyday Life” .
71. Самопрезентація у системі соціальної взаємодії.
72. Стратегії та тактики самопрезентації. Чинники, що впливають на ефективність самопрезентації.
73. Основні мотиваційні моделі самопрезентації.
74. Структура технології самопрезентації: розробка Я-концепції (візуалізація образу, комунікативна механіка, вербальний ефект, технологія флюїдного сяяння);
75. Технологія самопрезентації: аналіз та врахування потреб конкретного середовища й аудиторії;
76. Технологія самопрезентації: аналіз контексту і створення message-інформації про особу.

Перелік питань до підсумкового контролю

1. Поняття іміджу
2. Символічна природа іміджу
3. Імідж в контексті символічної комунікації
4. Я- концепція як сукупність установок і імідж
5. Імідж в системі індивідуальної поведінки та соціального впливу
6. Створення іміджу як засобу подолання когнітивного дисонансу
7. Я-концепція в системі побудови іміджу фахівця. Сукупність психологічних установок на імідж.
8. Складові та характеристика Я-концепції. (К. Роджерс, К. Хорні).
9. Складові та характеристика Я-концепції Дж. Міда У.Джеймса М Куна
10. Імідж як знакова система. Семіотичні моделі візуальної комунікації: модель Р. Барта, модель У. Еко, модель П. Флоренського, модель Р. Якобсона, модель Ю. Лотмана.

11. Імідж як історична та структурна константа комунікаційного простору суспільства.
12. Закономірності виникнення атракції у професійній діяльності.
13. Атракція, як важливий компонент психології іміджу.
14. Основні підходи до визначення поняття “імідж”.
15. Співвідношення понять імідж, образ, ідеал, маска, стереотип, репутація, статус, престиж.
16. Проблема класифікації іміджу.
17. Біологічний, комунікативний, соціальний, міфологічний, професійний та контекстний компоненти іміджу.
18. Роль гендерних стереотипів у професійній діяльності викладача
19. Імідж і його функції
20. Біологічний, комунікативний, соціальний, міфологічний, професійний та контекстний компоненти іміджу.
21. Імідж і образ. Імідж і репутація. Імідж і бренд. Особистий бренд
22. Основні етапи розвитку іміджології.
23. Іміджологія як особлива галузь гуманітарних знань. Зв'язок іміджології з іншими науками
24. Науково-методологічна та філософська бази іміджології.
25. Інструментарій та основні етапи дослідження категорій іміджу
26. Теоретична та прикладна іміджології.
27. Іміджологія в Україні
28. Феномен лідерства. Типи лідерів.
29. Зовнішність та психологія лідера.
30. Суть та чинники харизми.
31. Харизматичний імідж.
32. Харизматична комунікація.

33. Іміджмейкінг як особлива практична галузь іміджології. Основні підходи до розуміння поняття “іміджмейкінг”.
34. Іміджмейкінг як комунікаційна технологія та система. Складові іміджмейкінгу (концепція О. Панасюка).
35. Специфіка професії іміджмейкера. Сфери впливу й напрямки діяльності іміджмейкера.
36. Діяльність іміджмейкера та психологія сприйняття образу.
37. Типологія соціальної перцепції
38. Формування іміджу як створення соціальної реальності у людській свідомості. Поняття громадська думка та суспільна свідомість.
39. Перцептивне спілкування. Соціальні стереотипи й аттїтуди (установки) у процесі створення іміджу
40. Соціально-психологічні феномени трансляції й сприйняття іміджу: інтуїція, хіндсайт, соціальні очікування, фундаментальна помилка атрибуції, установка, переконання, оцінка.
41. Психологія впливу та процес формування іміджу.
42. Соціально-психологічний інструментарій формування іміджу
43. Принципи психологічного проектування іміджу – принципи цілісності та заданості.
44. Формування іміджу як створення соціальної реальності у людській свідомості. Поняття громадська думка та суспільна свідомість.
45. Перцептивне спілкування. Соціальні стереотипи й аттїтуди (установки) у процесі іміджування.
46. Соціально-психологічні феномени трансляції й сприйняття іміджу: інтуїція, хіндсайт, соціальні очікування, фундаментальна помилка атрибуції, установка, переконання, оцінка.
47. Психологія впливу та іміджування.
48. Соціально-психологічний інструментарій іміджування та його вплив на аудиторію:
49. Позиціонування, маніпулювання, міфологізація як основні інструменти впливу на аудиторію.
50. Емоціоналізація, вербалізація, візуалізація як основні прийоми іміджування.
51. Деталізація та метафоризація іміджу у соціальному просторі.
52. Нейролінгвістичне програмування у процесі створення іміджу публічної персони.
53. Робота із соціальною інформацією при побудові іміджу
54. Принципи психологічного проектування іміджу – принципи цілісності та заданості.

55. Випишіть всі значущі інструменти іміджування для викладача та проранжуйте їх за ступенем значущості
56. Роль першого враження на сприйняття людини
57. Формування іміджу як технологія корекційно-виховного впливу.
58. Групова та індивідуальна форми формування іміджу.
59. Базова модель технологій створення іміджу та її складові.
60. Поняття Я-концепції, її місце у технології іміджування.
61. Структура Я-концепції особистості.
62. Образ фізичного Я у структурі Я-коцепції. Поняття схема тіла та образ тіла. Робота з тілесністю.
63. Самооцінка людини та її роль у формуванні позитивного іміджу.
64. Самовдосконалення у психології іміджу. Стратегії самовдосконалення.
65. Фізичні дані як підґрунтя формування індивідуального іміджу.
66. Психологічні особливості діяльності фахівця, які сприяють побудові позитивного іміджу.
67. Відповідність психологічних особливостей професійно важливим якостям фахівця, як основа позитивного іміджу.
68. Самопрезентація: важливість в формуванні іміджу
70. Теоретичні основи самопрезентації. Концепція самопрезентації Ервіна Гофмана у праці “Presentation of Self in Everyday Life”.
71. Самопрезентація у системі соціальної взаємодії.
72. Стратегії та тактики самопрезентації. Чинники, що впливають на ефективність самопрезентації.
73. Основні мотиваційні моделі самопрезентації.
74. Структура технології самопрезентації: розробка Я-концепції (візуалізація образу, комунікативна механіка, вербальний ефект, технологія флюїдного сяяння);
75. Технологія самопрезентації: аналіз та врахування потреб конкретного середовища й аудиторії;
76. Технологія самопрезентації: аналіз контексту і створення message-інформації про особу.

7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

Основна:

1. Балла Е., Вотьканич М. Основи іміджелогії. Методичний посібник (для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 03 Гуманітарні науки спеціальності 035 Філологія спеціалізації 035.01 Українська мова та література освітньої програми «Українська мова і література»). Ужгород, 2023. 52 с.
2. Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання. За наук. ред. В. М. Бебика. К.: Університет «Україна», 2018. 217 с.
3. Особистісно-професійне становлення сучасної молоді: соціально-психологічні та соціологічні аспекти. Монографія / авторський колектив; за заг. ред. О.Г. Льовкіної.- Ірпінь: Державний податковий університет, 2022.- 370 с.
3. Чуйко О. М. Гендер і кар'єра : навч. посіб. / О. М. Чуйко, Н. В. Куравська ; [літ. ред. І. О. Бабій] ; ДВНЗ “Прикарпат. нац. ун-т ім. Василя Стефаника”. – Івано-Франківськ : Супрун В. П. [вид.], 2019. – 363 с.

Допоміжна:

1. Бондаренко І.С. Іміджелогія: Психологія іміджу: навчально-методичний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». – Запоріжжя: ЗНУ, 2014. – 122 с.
2. Льовкіна О.Г. Психологія особистості: навчальний посібник / укладачі Петухова І. О., Калениченко Р. А., Льовкіна О. Г. та ін. ; за заг. ред. Є. М. Суліми. – Ірпінь : Університет державної фіскальної служби України, 2023. – 348 с. – (Серія “На допомогу студенту УДФСУ”; т. 80). Розділ 10 Особистість у соціумі с. 220-238.
3. Льовкіна О.Г. Цінності праксеології як універсальні детермінанти успішної діяльності // Богдановський І.В., Льовкіна О.Г. XIV Міжнародна науково-практична конференція

«Трансформація фіскальної політики в умовах євроінтеграції» (8 грудня 2023 року) – Ірпінь: Державний податковий університет, 2023. – С.45-48.

4. Льовкіна О.Г. Інноваційні стратегії поведінки як відповідь на соціальні, психологічні та фінансові виклики сучасності // Льовкіна О.Г., Богдановський Д.І., Богдановський І.В. : II Міжнародна наукова конференція «Людина, кримінологія, наука» 24 березня 2023 року м. Кишинів, Республіка Молдова

5. Психологія управління: навчальний посібник / Р.А. Калениченко, О.Г. Льовкіна, Г.Ю. Мустафаєв, О.В. Войтенко, І.О.Петухова, О.Е. Харіна, М.В. Семиліт. – Ірпінь: Національний університет державної фіскальної служби України, 2018. – 262 с.

Інформаційні ресурси в інтернеті:

1. Всеосвіта. URL: <https://vseosvita.ua/>

2. Освіта UA. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/psychology/29374/>

3. Книги та підручники. URL: <https://i-soc.com.ua/ua/edition/books/>

4. Фахові видання. URL: <https://i-soc.com.ua/ua/edition/>

5. Електронний архів (репозитарій) Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ. URL: <https://er.dduvs.in.ua/handle/123456789/263>

Міжнародні видання:

1. Davis, P. E., & Bendickson, J. S. (2020). Strategic antecedents of innovation: Variance between small and large firms. *Journal of Small Business Management*, p.1-26.

2. Kim, M. J. (2019). A Study on Management Competency Affecting Organizational Performance. *The International Journal of Advanced Culture Technology*, 7(2), p.93-102.

3. *American Journal of fundamental, applied & experimental research*: URL: <http://journal.ua-usa.org>

4. Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools. URL: <https://farplss.org/index.php/farplss/index>

5. Olena Leovkina Development of the Greek Catholic Church in Independent Ukraine: Persons, Historical Heritage, and New Trends // Mykhailo Kobryn, Olena Leovkina, and Hennadii Khrystokin *Occasional Papers on Religion in Eastern Europe (OPREE)*, 2020. Volume 40, Issue 3, p.51-72 URL: <https://digitalcommons.georgefox.edu/ree/>

6. Olena Leovkina Activities of the Jehovah's Witnesses Organization as a "Litmus Test" for Religious Freedom in Ukraine // Roman Bogachev, Yana Tsymbalenko, Olena Leovkina and Igor Bogdanovskiy. *Occasional Papers on Religion in Eastern Europe (OPREE)*, 2022. Volume 42, Issue 2, p.112-127. <https://digitalcommons.georgefox.edu/ree/> ISSN: 2693-2148

7. Problems of modern psychology. URL: <http://www.apsijournal.com/index.php/psyjournal>

8. Psihologîâ ì osobistist (Online) Psychology and personality <http://psychpersonality.inf.ua/>

Problems of modern psychology: URL: <https://psyjournal.in.ua>