

Дисципліна	Вибіркова дисципліна № 3.1 «Іміджологія»
Рівень ВО	Бакалавр
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	«Міжнародний бізнес»
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	3-й курс, 5-й семестр, односеместровий
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	180 год. (32/32), 6 кредитів
Мова викладання	Українська, англійська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Міжнародних економічних відносин та управління проектами
Автор дисципліни	Кухарик Вікторія Василівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Необхідні знання з: ділового етикету, психології, соціології, володіння іноземною мовою на рівні не нижче А2 (англійська)
Що буде вивчатися	Основні поняття іміджології, «імідж» як базове поняття іміджології, особливості професії – іміджмейкер, класифікація іміджів, інструментарій іміджології, технологій управління особистісним іміджем, структура персонального іміджу, вербальний та невербальний імідж, базова технологія самопрезентації, особливості створення ділового іміджу, особливості іміджу лідера, корпоративний імідж, корпоративний дрес-код
Чому це цікаво/треба вивчати	Імідж впливає на наше життя незалежно від того, як ми до нього ставимося. Позитивний образ допомагає у спілкуванні й досягненні соціального успіху, а негативний перешкоджає спілкуванню та заважає досягненню мети. Вивчення дисципліни дає змогу отримати імідж-знання і допомогу в оволодінні і вмілому використанні цих знань при вибудовуванні міжособистісних і ділових відносин.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Вивчення предмету сформує у студентів вміння володіти понятійно-категоріальним апаратом іміджології і його використання у професійній і повсякденній діяльності, засвоювати основні методи аналізу іміджу, розуміння психологічних іміджу представників державних органів влади, формування базових вмінь зі збору та обробки даних для аналізу іміджу.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Організувати, планувати та здійснювати дослідження іміджу, вміти пояснювати, оцінювати рівень іміджу організацій, використовувати соціально-психологічні знання у процесі створення іміджу лідера, політика, створювати позитивний/негативний особистісний та діловий імідж, вміти корегувати імідж.
Інформаційне забезпечення	<ol style="list-style-type: none"> 1. Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна», 2008.— 217 с URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1776_66617386.pdf 2. Беляева, М. А, Самкова, В. А. АЗЫ ИМИДЖЕЛОГИИ: имидж личности, организации, территории [Текст] : учебное пособие для вузов / М. А. Беляева, В. А. Самкова ; Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2016. – 184 с. URL: http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/5934/1/uch00161.pdf

	<p>3. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (публік рилейшнз) в економічній діяльності: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2005. – 275 с. // http://ubooks.com.ua/books/0008/inx2.php.</p> <p>4. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»] / І. Г. Шавкун, Я. С. Дибчинська. – Запоріжжя : ЗНУ, 2016. – 111 с.</p> <p>5. Jian Raymond Rui, Michael A. Stefanone. Strategic image management URL: https://www.researchgate.net/publication/263456479_STRATEGIC_IMAGE_MANAGEMENT_ONLINE</p>
<p>Web-посилання на (опис дисципліни) силабус навчальної дисципліни на вебсайті факультету (інституту)</p>	<p>https://vnu.edu.ua/uk/faculties-and-institutes/fakultet-mizhnarodnikh-vidnosin</p>

Здійснити вибір - [«ПС-Журнал успішності-Web»](#)