

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет культури та мистецтв
Кафедра дизайну

СИЛАБУС
нормативного освітнього компонента
ІМІДЖЕЛОГІЯ

підготовки	бакалавра
галузі знань	02 Культура і мистецтво
спеціальності	022 Дизайн
освітньо-професійна програма	Дизайн

Силабус освітнього компонента ІМІДЖЕЛОГІЯ підготовки першого (бакалаврський) рівня вищої освіти, галузі знань 02 Культура і мистецтво, за освітньо-професійною програмою Дизайн.

Розробник:

Назарчук Марія Вікторівна, кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри дизайну

Силабус погоджено:

Гарант ОПП

Дизайн



Дмитро Авраменко

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри дизайну
Протокол №1 від 28.08.2023 р.

Завідувач кафедри



Дмитро Авраменко

I. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	02 Культура і мистецтво 022 Дизайн ОПП Дизайн Перший (Бакалаврський)	Нормативний
Кількість годин/кредитів 150/5		Рік навчання 4
		Семестр 8
		Лекції 14
ІНДЗ: немає		Практичні 70 год. Лабораторні 0 год. Індивідуальні 0 год.
		Самостійна робота 56 год.
		Консультації 10 год.
Мова навчання:	українська	
	Форма контролю: залік	

II. Інформація про викладача

Назарчук Марія Вікторівна

Науковий ступінь - кандидат мистецтвознавства

Вчене звання - доцент

Посада - доцент кафедри дизайну

Контактна інформація +380501965446, Nazarchuk.Mariia@vnu.edu.ua

Адреса викладання курсу: вул. Винниченка, 30а, корпус Н ВНУ імені Лесі Українки

Дні занять <http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

III. Опис освітнього компонента

1. Анотація освітнього компонента.

Освітній компонент «Іміджологія» зосереджується на розвитку особистого бренду, ефективному використанні соціальних мереж і комунікаційних навичках для створення успішної кар'єри у дизайні. Учасники дізнаються, як ефективно взаємодіяти з клієнтами та колегами, розширювати професійні зв'язки, а також приймати критику для поліпшення своїх робіт. Курс навчить, як підтримувати актуальність у швидко змінюваному світі дизайну, та розробити унікальний стиль, що забезпечить впізнаваність і успіх.

2. Пререквізити: психологія комунікації в дизайні, економіка і бізнес в дизайні, комп'ютерні технології в дизайні.

3. Мета і завдання освітнього компонента.

Метою вивчення ОК «Іміджологія» є надання інструментів та стратегій для створення та розвитку сильного особистого бренду, який сприятиме професійному зростанню та визнанню в індустрії дизайну. Курс спрямований на розвиток навичок, необхідних для ефективної комунікації, мережевої взаємодії та підтримки актуальності в динамічному світі дизайну.

Основні завдання вивчення дисципліни «Іміджологія» полягають у розвитку стратегій і методів для створення сильного особистого бренду, який сприятиме професійному зростанню та визнанню в галузі дизайну. ОК спрямований на вдосконалення комунікаційних навичок для ефективної взаємодії з клієнтами та колегами, оптимізацію присутності в соціальних мережах для збільшення видимості, а також на розширення професійних мереж

зв'язків. Ця дисципліна має на меті підготовку дизайнерів, здатних ефективно управляти своїм іміджем, використовуючи інноваційні підходи та технології, щоб досягти успіху та впізнаваності на міжнародному рівні, забезпечуючи їхню конкурентоспроможність і вплив в дизайнерській спільноті.

Методи навчання в ОК «Іміджологія» включають різноманітні підходи, які спрямовані на глибоке засвоєння матеріалу:

Інтерактивні методи: використання інтерактивних лекцій, обговорень, мозкових штурмів для стимулювання активної участі студентів у навчальному процесі. Такий підхід сприяє кращому розумінню іміджології через практичний досвід, розвитку навичок спілкування та тимбілдінгу.

Кейс-методи: аналіз та обговорення реальних випадків з практики особистого успішного брендингу та управління іміджем, що дозволяє студентам застосовувати теоретичні знання на практиці. Це сприяє розвитку критичного мислення та здатності аналізувати різні ситуації.

Технологічні методи: використання цифрових інструментів та соціальних медіа для розробки та просування особистого бренду. Здобувачі освіти навчаються ефективно використовувати онлайн-платформи для побудови іміджу, а також застосовують сучасне програмне забезпечення для створення привабливих візуальних матеріалів. Використання технологічних методів допомагає студентам набути практичних навичок у сфері цифрового маркетингу та особистого брендингу.

4. Результати навчання (компетентності)

Загальні компетенції

ЗК1. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК6. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК9. Здатність зберігати та примножувати культурно-мистецькі, екологічні, моральні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

Фахові компетенції

СК1. Здатність застосовувати сучасні методики проектування одиничних, комплексних, багатофункціональних об'єктів дизайну.

СК2. Здатність здійснювати формоутворення, макетування і моделювання об'єктів дизайну.

СК3. Здатність здійснювати композиційну побудову об'єктів дизайну.

СК4. Здатність застосовувати навички проектної графіки у професійній діяльності.

СК5. Здатність застосовувати знання історії українського і зарубіжного мистецтва та дизайну в художньо-проектній діяльності.

СК7. Здатність використовувати сучасне програмне забезпечення для створення об'єктів дизайну.

СК11. Здатність досягати успіху в професійній кар'єрі, розробляти та представляти візуальні презентації, портфоліо власних творів, володіти підприємницькими навичками для провадження дизайн-діяльності.

СК12. Здатність здійснювати формоутворення об'єктів дизайну для розвитку або підвищення соціально-економічного потенціалу регіону.

Програмні результати навчання

ПРН1. Застосовувати набуті знання і розуміння предметної області та сфери професійної діяльності у практичних ситуаціях.

ПРН3. Збирати та аналізувати інформацію для обґрунтування дизайнерського проекту, застосовувати теорію і методику дизайну, фахову термінологію (за професійним спрямуванням), основи наукових досліджень.

ПРН7. Аналізувати, стилізувати, інтерпретувати та трансформувати об'єкти для розроблення художньо-проектних вирішень.

ПРН8. Оцінювати об'єкт проектування, технологічні процеси в контексті проектного завдання, формувати художньо-проектну концепцію.

ПРН11. Розробляти композиційне вирішення об'єктів дизайну у відповідних техніках і матеріалах.

ПРН14. Використовувати у професійній діяльності прояви української ментальності, історичної пам'яті, національної самоідентифікації та творчого самовираження; застосовувати історичний творчий досвід, а також успішні українські та зарубіжні художні практики.

ПРН18. Відображати морфологічні, стилеві та кольоро-фактурні властивості об'єктів дизайну.

ПРН19. Розробляти та представляти результати роботи у професійному середовищі, розуміти етапи досягнення успіху в професійній кар'єрі, враховувати сучасні тенденції ринку праці, проводити дослідження ринку, обирати відповідну бізнес-модель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у сфері дизайну.

ПРН20. Створювати креативні об'єкти дизайну з урахуванням останніх тенденцій у соціально-економічному, культурному і екологічному розвитку галузі.

5. Структура освітнього компонента (за робочим навчальним планом 2023/2024 н.р.)

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Лабор./ Практ.	Сам. роб.	Конс.	Форма контролю/ Бали
Змістовий модуль 1. Брендинг для дизайнерів						
Тема 1. Основи особистого брендингу для дизайнерів	21	2	10	8	1	5
Тема 2. Комунікаційні навички в дизайні	21	2	10	8	1	5
Тема 3. Цифровий імідж і соціальні мережі	21	2	10	8	1	10
Тема 4. Нетворкінг та співпраця в індустрії дизайну	21	2	10	8	1	10
Модульна контрольна робота 1						20
Разом за модулем 1 год/бал	84	8	40	32	4	50
Змістовий модуль 2. Підтримання та розвиток власного бренду						
Тема 5. Управління критикою та відгуками	22	2	10	8	2	10
Тема 6. Постійне навчання та саморозвиток у дизайні	22	2	10	8	2	10
Тема 7. Створення впізнаваного стилю	22	2	10	8	2	10
Модульна контрольна робота 2						20
Разом за модулем 2 год/бал	66	6	30	24	6	50
Всього годин/ Балів	150	14	70	56	10	100

Форма контролю*: МКР/КР – модульна контрольна робота/контрольна робота

Контрольні роботи з курсу «Іміджологія» проводяться у формі виконання практичних робіт. Оцінка за контрольну модульну роботу доводиться до відома здобувачів не пізніше семи днів після проведення. *Модульний контроль* здійснюється у формі виконання студентом модульного контрольного завдання згідно затвердженого графіку.

6. Завдання для самостійного опрацювання

Самостійна робота здобувача освіти – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані контрольні роботи (практичні) виконуються студентом самостійно під методичним керівництвом викладача.

До завдань самостійної роботи, які запропоновані здобувачам, віднесено вивчення лекційного матеріалу, робота з опрацюванням рекомендованої літератури і кращих світових зразків втілених робіт, вивчення основних термінів та понять за темами дисципліни, завершення виконання практичних робіт.

Завдання самостійної роботи здобувачів вважаються виконаними, якщо вони: здані у визначені терміни; повністю виконані та не мають зауважень і помилок. Прийом і консультування щодо виконання завдань самостійної роботи здобувачів проводяться викладачем згідно встановленого графіку.

IV. Політика оцінювання

Політика викладача щодо здобувача освіти. Відвідування занять є обов'язковим компонентом вивчення навчальної дисципліни. Про відсутність з поважних причин здобувачі освіти зобов'язані доводити до відома викладача заздалегідь. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, карантин, міжнародна мобільність) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із деканатом та викладачем.

Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти. Результати навчання, здобуті шляхом формальної, неформальної та/або інформальної освіти, визнаються в ВНУ імені Лесі Українки шляхом валідації (<https://cutt.ly/9w1dxQSz>). Визнанню можуть підлягати такі результати навчання, отримані в неформальній освіті, які за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як освітньому компоненту в цілому, так і його окремому розділу, темі (темам), індивідуальному завданню, контрольній роботі тощо, які передбачені силабусом.

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті, відбувається в семестрі, що передує семестру початку вивчення освітнього компонента, або першого місяця від початку семестру, враховуючи ймовірність не підтвердження здобувачем результатів такого навчання.

Політика щодо академічної доброчесності. Викладання дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Практичні (лабораторні) і модульні роботи студентів мають бути оригінальними творами власного виконання. Студенти зобов'язані дотримуватися правил академічної доброчесності (під час композиційного пошуку рішення теми, виконанні ескізів та оригіналів тощо). Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Якщо під час контролю помічені елементи плагіату, студент втрачає право отримати бали за виконане завдання або здійснює повторне проходження відповідної теми. Порушенням академічної доброчесності також вважаються: академічний плагіат, списування, необ'єктивне оцінювання.

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Поточні роботи оцінюються наприкінці вивчення відповідної теми, Кінцевий термін здачі – напередодні модульної контрольної роботи з даного змістового модуля або ж на затверджену, на засіданні кафедри, дату перегляду академічних робіт в кінці семестру. Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Студент, який не отримав оцінки за поточні завдання не допускається до складання модульних контрольних робіт. Відтермінування модульних контрольних робіт здійснюється в межах складання сесії.

Політика щодо додаткових (бонусних) балів. За рішенням кафедри здобувачам освіти, які брали участь у роботі конференцій, підготовці наукових публікацій, в олімпіадах, конкурсах студентських робіт, спортивних змаганнях, дизайн і мистецьких конкурсах тощо й досягли значних результатів, може бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю з відповідного ОК. Систему бонусних балів погоджує науково-методична комісія факультету (https://vnu.edu.ua/sites/default/files/2023-09/2023_Polozh_pro_otzin.pdf).

V. Підсумковий контроль

Формою семестрового контролю з ОК «Іміджелогія» у 8-му семестрі - залік. Розподіл балів, що присвоюються студентам ОК «Іміджелогія» є сумою балів за виконання контрольних (практичних) завдань, самостійну роботу та модульну контрольну роботу (МКР). Під час навчання здобувачі протягом семестру виконують практичні завдання, самостійну роботу і модульну на задану тематику та отримують у підсумку максимальну суму 100 балів.

Підсумковий контроль здійснюється у формі двох модульних контрольних робіт (МКР). Модульні контрольні роботи – це творчі практичні роботи за темами змістових модулів, за кожен з яких студент може отримати максимально 20 балів. Термін здачі модульних контрольних робіт оприлюднюється на початку семестру. До здачі підсумкової модульної контрольної роботи допускаються студенти, які здали усі лабораторні завдання поточного модуля. У випадку незадовільної підсумкової оцінки або за бажанням підвищити рейтинг студент може добрати бали, виконавши певний вид робіт (наприклад, здати одну із тем або перездати якусь тему, додатково виконати ряд тривалих та короткочасних робіт, відповідно до теми, яка вивчається). Перегляд творчих робіт відбувається в кінці кожного семестру у дату затверджену на засіданні кафедри.

У випадку незадовільної підсумкової семестрової оцінки за результатами поточного оцінювання практичних робіт та модульних контрольних робіт, або за бажанням підвищити рейтинг (згідно силабусу освітнього компонента) здобувач вищої освіти може перездати частину практичних (лабораторних) робіт.

Порядок організації поточного та підсумкового контролю знань здобувачів освіти регламентується Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки (https://vnu.edu.ua/sites/default/files/2023-09/2023_Polozh_pro_otzin.pdf).

VI. Шкала оцінювання

Шкала оцінювання знань здобувачів освіти з освітніх компонентів, де формою контролю є іспит

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка	Оцінка за шкалою ECTS	
		оцінка	пояснення
90-100	Відмінно	A	відмінне виконання
82-89	Дуже добре	B	вище середнього рівня
75-81	Добре	C	загалом хороша робота
67-74	Задовільно	D	непогано
60-66	Достатньо	E	виконання відповідає мінімальним критеріям
1-59	Незадовільно	Fx	необхідне перескладання

Шкала оцінювання знань здобувачів освіти з освітніх компонентів, де формою контролю є залік

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90-100	Зараховано
82-89	
75-81	
67-74	
60-66	
1-59	Незараховано (необхідне перескладання)

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

1. Белова, С.Ю. Комунікативні стратегії в іміджелогії. Київ: Прогрес, 2014. – 194 с.
2. Гришин, В.Н. Цифровий імідж: сучасні підходи до самопрезентації. Вінниця: Континент, 2015. – 224 с.
3. Джонсон, М. Основи особистого брендингу. Київ: Видавництво Академія, 2015. – 256 с.
4. Сміт, К. Стратегії успішного іміджу. Львів: Новий Світ, 2014. – 188 с.
5. Петрова, О.В. Іміджелогія: теорія та практика. Одеса: Астропринт, 2016. – 234 с.
6. Васильєв, Л.А. Секрети успішної кар'єри дизайнера. Харків: Фоліо, 2015. – 212 с.
7. Ковальчук, Т.С. Соціальні мережі як інструмент особистого брендингу. Дніпро: Ліра, 2017. – 176 с.
8. Морозова, А.І. Мистецтво нетворкінгу. Запоріжжя: МАУП, 2016. – 168 с.
9. Adams, R. Personal Branding for Designers. New York: Portfolio Press, 2016. – 210 p.
10. Brown, J. Social Media Strategies for Creative Professionals. London: Creative Media, 2017. – 192 p.
11. Foster, A. Networking for Designers: Building Powerful Connections. San Francisco: DesignPro, 2018. – 178 p.
12. Green, L. Mastering Digital Self-Promotion. Boston: Beacon Press, 2019. – 200 p.

Інформаційні ресурси

1. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>
2. Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>
3. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
5. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії бібліотеки ВНУ імені Лесі Українки. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua>