

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ
ТА СОЦІАЛЬНИХ НАУК



МАУП

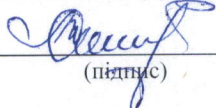
Кафедра філософії та суспільних дисциплін

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор навчально-наукового
інституту психології
та соціальних наук

С.С. Корсакевич
(підпис)
28 серпня 2025 р.



Схвалено на засіданні кафедри
філософії та суспільних дисциплін.
Протокол № 1 від 28 серпня 2025 р.
Завідувач кафедри філософії
та суспільних дисциплін


(підпис) Т.В. Нич

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІМІДЖОЛОГІЯ

спеціальності: 061 «Журналістика»
(шифр і назва спеціальності)

освітнього рівня бакалавр
(назва освітнього рівня, ОКР)

освітньої програми: «Журналістика»
(шифр і назва освітньої програми)

Розробник(-и) силябусу навчальної дисципліни:

Азоян Артем Аюович, старший викладач кафедри політології та журналістики ННПСН

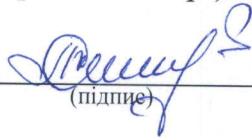
Викладач:

Азоян Артем Аюович, старший викладач кафедри політології та журналістики ННПСН

Силабус розглянуто і затверджено на засіданні кафедри філософії та суспільних дисциплін

(протокол № 1 від 28 серпня 2025 р.)

Завідувач кафедри _____ Т.В. Нич


(підпис)

Силабус погоджено з гарантом (керівником) освітньої програми 061
Журналістика
(назва освітньої програми)

29 серпня 2025 р.

Керівник (гарант) освітньої програми _____ Г.Я. Холод

(підпис)

Силабус перевірено
29 серпня 2025 р.

Заступник директора _____ Є.О. Іщенко

(підпис)

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № ____;

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № ____;

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № ____;

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № ____.

Загальна інформація про навчальну дисципліну

Назва навчальної дисципліни	Іміджологія
Шифр та назва спеціальності	061 Журналістика
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	обов'язкова
Кількість кредитів і годин	3 кредити/90 год. Лекції: 28 год. Семинарські заняття: 14 год. Самостійна робота здобувачів: 48
Терміни вивчення дисципліни	8-й семестр
Мова викладання	українська
Вид підсумкового контролю	екзамен
Сторінка дисципліни на сайті	https://maup.com.ua/

Загальна інформація про викладача. Контактна інформація

<i>Азоян Артем Акопович</i>	
Науковий ступінь	–
Вчене звання	–
Посада	Старший викладач кафедри політології та журналістики
Дисципліни, які викладає НПП	Практика реклами та зв'язків з громадськістю, Медіаменеджмент, Інтернет-журналістика, Іміджологія
Напрями наукових досліджень	вплив сучасних інтернет-технологій на маркетингові та соціальні комунікації, текст як інструмент спілкування
Посилання на реєстри ідентифікаторів для науковців	Google Scholar: https://scholar.google.com/citations?hl=uk&user=cSCb4MoAAAAJ
<i>Контактна інформація викладача:</i>	
Е-mail:	artazoyan@gmail.com
Контактний тел.	+38067-443-13-46
Телефон кафедри	73-98
Портфоліо викладача на сайті кафедри/Інституту /Академії	https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/imvsn/kafedra-zhurnalistiki/danilina.html

Анотація навчальної дисципліни «Іміджологія». Глобальні світові тенденції свідчать про те, що важливим елементом успішності окремого політичного лідера, політичного блоку, партії чи держави в цілому, є її позитивний імідж, гарна репутація. Рекламні та політичні кампанії піклуються про створення і підтримання свого «ідеального» образу». Знання цих технологій неодмінно стануть у нагоді майбутнім журналістам.

Курс «Іміджологія» охоплює інструменти психологічного впливу, персональний брендинг та технології формування позитивного публічного іміджу. Здобувачі ознайомляться з ключовими поняттями процесів в галузі іміджології, сформулюють навички усебічного аналізу та створення іміджевої продукції різних типів.

Завершення курсу дає змогу майбутнім фахівцям впевнено працювати, розробляти ефективні стратегії побудови іміджу в практичній діяльності.

Предметом навчальної дисципліни «Іміджологія» є формування імідж-образ особистості, а також аналіз сучасних імідж – технологій, які допомагають при створенні індивідуального образу людини, фірми, організації.

Мета навчальної дисципліни «Іміджологія» полягає в отриманні студентами необхідних теоретичних знань з теоретичних та практичних основ іміджології, а також застосуванні отриманих знань при аналізі та творенні різних типів іміджів. А також у розкритті у студентів потенціалу власної особистості для самовдосконалення, гармонізації міжособистісної комунікації, осмислення власного внутрішнього світу та самоактуалізація як конкурентоспроможної особистості у зовнішньому світі.

Завданнями навчальної дисципліни «Іміджологія» є: вивчення теоретико-методологічних засад іміджології, визначення ролі та значення іміджу в сучасному житті. Отримати навички з основ мистецтва використання закономірностей побудови іміджу в практичній діяльності. Ознайомитись з сучасним іміджевим інструментарієм. Опанувати технологію створення власного іміджу та само презентації, що допоможе майбутнім фахівцям ефективно реалізуватися в майбутній професійній діяльності.

Пререквізити для вивчення навчальної дисципліни «Іміджологія». Навчальна дисципліна «Іміджологія» є елементом циклу обов'язкових освітніх компонентів. За структурно-логічною схемою програми підготовки бакалавра дисципліна тісно пов'язана з іншими дисциплінами загальної та професійної підготовки: «Філософія», «Соціологія журналістики», «Соціологія масових комунікацій», «Медіапсихологія», «Медіаменеджмент» та ін.

Постреквізити для вивчення навчальної дисципліни. Курс «Іміджологія» належить до професійно зорієнтованих навчальних дисциплін, вивчення яких допоможе глибше опанувати майбутню професію журналіста. Курс сприятиме глибшому засвоєнню дисциплін: «Медіамаркетинг», «Тренди сучасної журналістики та PR», «Прес-служба та інформаційні агентства», «Діяльність прес-секретаря: практикум», «Сучасна українська медіаполітика», «Діловий етикет у медіагалузі» та ін.

Навчальна дисципліна «Іміджологія» забезпечує формування здобувачами програмних компетентностей та набуття результатів навчання, визначених освітньо-професійною програмою «Журналістика» а саме:

Програмні компетентності

Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 01.	Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях
	ЗК 02.	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності
	ЗК 03.	Здатність бути критичним і самокритичним
	ЗК 04.	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
	ЗК 05.	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій
	ЗК 06.	Здатність до адаптації та дії в новій ситуації
	ЗК 07.	Здатність працювати в команді
	ЗК 08.	Здатність навчатися й оволодівати сучасними знаннями
	ЗК 09.	Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні
	ЗК 10.	Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, 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

	ЗК 11.	Здатність спілкуватися державною мовою
	ЗК 12.	Здатність спілкуватися іноземною мовою
Спеціальні (фахові) компетентності (ФК)	СК 1.	Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності
	СК 2.	Здатність формувати інформаційний контент
	СК 3.	Здатність створювати медіапродукт
	СК 4.	Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність
	СК 5.	Здатність ефективно просувати створений медійний продукт
	СК 6.	Здатність до провадження безпечної медіадіяльності
Результати навчання <i>(згідно з матрицею відповідності результатів навчання освітньої програми)</i>	ПР 1.	Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.
	ПР 2.	Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.
	ПР 3.	Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.
	ПР 4.	Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.
	ПР 5.	Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань
	ПР 6.	Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків
	ПР 7.	Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.
	ПР 8.	Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань
	ПР 9.	Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства
	ПР 10.	Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень
	ПР 11.	Вільно спілкуватися із професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.
	ПР 12.	Вільно спілкуватися із професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою
	ПР 13.	Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук
	ПР 14.	Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації
	ПР 15.	Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення
	ПР 16.	Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію
	ПР 17.	Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах
	ПР 18.	Використовувати необхідні знання й технології для виходу із кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва

Зміст навчальної дисципліни

№ теми	Назва теми	Кількість годин, зокрема:			Методи навчання/методи оцінювання	
		Лекції	Семинарські заняття	Самостійна робота		
Змістовний модуль 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ІМІДЖОЛОГІЇ ЯК НАУКИ						
Тема 1	Іміджологія як наука	2	2	2	Методи навчання: лекція візуалізація; усне опитування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни вирішення практичних та ситуаційних задач за темою Методи оцінювання: усний контроль (усне опитування, оцінювання участі в дискусіях, інших інтерактивних методах навчання); письмовий контроль (контрольні, самостійні роботи, реферати); тестовий контроль (тести закритої форми: тест-альтернатива, тест-відповідність); метод самоконтролю та самооцінки; оцінювання кейс-завдань	
Тема 2	Закони іміджології	2				2
Змістовний модуль 2 ІНСТРУМЕНТАРІЙ ІМІДЖОЛОГІЇ						
Тема 3	Інструментарій іміджології. Свідоме та підсвідоме	2	2	4		
Тема 4	Стереотип та імідж. Міф та імідж. Міфотворчість та міфодизайн в іміджмейкінгу	2				2
Тема 5	Нейролінгвістичне програмування в іміджмейкінгу	2				4
Змістовний модуль 3 ПРОФЕСІЙНИЙ ІМІДЖ						
Тема 6	Типологія професійних іміджів. Психологічні основи та габітарні характеристики. Особливості створення іміджу бізнесмена, поп-зірки, політика	2	2	4		
Тема 7	Основи самопрезентації журналіста в мережі Інтернет	2				4
Змістовний модуль 4 ІМІДЖ ОРГАНІЗАЦІЇ						
Тема 8	Моделі створення іміджу організації. Корпоративна культура. Корпоративний стиль	2	2			
Тема 9	Модель іміджу організації на основі нейрологічних рівнів Р. Ділтса	2				
Змістовний модуль 5 ІМІДЖ ТЕРИТОРІЇ						
Тема 10	PR та маркетингові технології просування іміджу територій	2	2			
Тема 11	Методика розрахунку ефективності бренду країни, регіону, міста Семюеля Анхольта	2				
Тема 12	Міжнародний імідж України: проблеми та перспективи	2			2	
Змістовний модуль 6 ІМІДЖ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ						
Тема 13	Технології презентації товарів та послуг для партнерів та клієнтів	2	2			
Тема 14	Технологія позитивного «соціального відлуння», використання міфодизайну для побудови іміджу об'єкта	2				
<i>Модульна контрольна робота</i>						
Всього:		28	14	48		
Форма контролю: іспит						

Зміст самостійної роботи здобувача освіти з навчальної дисципліни «Іміджологія» передбачає підготовку до аудиторних занять шляхом опанування матеріалів лекції, вивчення базової і додаткової літератури, періодичних видань, інтернет-джерел та журналістської й політологічної практики, виконання практичних завдань (написання рефератів, аналіз проблемних ситуацій, підготовка результатів власних досліджень до виступу на конференціях, участь у конкурсах наукових робіт, підготовці й публікації наукових статей, тез тощо) протягом семестру; самостійне опрацювання окремих тем навчальної дисципліни; підготовку доповідей і презентацій за тематикою практичних занять; переклад іноземних текстів установлених обсягів; виконання індивідуальних завдань; підготовку до усіх видів контролю, зокрема модульних контрольних робіт і підсумкової атестації.

Зміст самостійної роботи здобувача освіти визначається робочою програмою навчальної дисципліни конкретної навчальної дисципліни, методичними рекомендаціями для завданнями та рекомендаціями викладача.

Технічне обладнання та/або програмне забезпечення. В освітньому процесі використовуються навчальні аудиторії, бібліотека, мультимедійний проектор і комп'ютер для проведення лекційних та семінарських занять з елементами презентації. Вивчення окремих тем і виконання практичних завдань потребує доступу до інформації зі всесвітньої мережі інтернет, який забезпечується безкоштовною мережею Wi-Fi.

Форми методи контролю.

Контроль успішності здобувачів освіти поділяється на поточний і підсумковий (семестровий).

Поточний контроль здійснюють під час проведення практичних, лабораторних і семінарських занять, метою якого є систематична перевірка розуміння та засвоєння теоретичного навчального матеріалу, уміння використовувати теоретичні знання під час виконання практичних завдань тощо. Можливості поточного контролю є надзвичайно широкими: мотивація навчання, стимулювання навчально-пізнавальної діяльності, диференційований підхід до навчання, індивідуалізація навчання тощо.

Форми участі студентів у навчальному процесі, які підлягають поточному контролю:

- виступ з основного питання;
- усна доповідь;
- доповнення, запитання до того, хто відповідає;
- систематичність роботи на семінарських заняттях, активність під час обговорення питань;
- участь у дискусіях, інтерактивних формах організації заняття;
- аналіз законодавства та монографічної літератури;
- письмові завдання (тестові, контрольні, творчі роботи, реферати тощо);
- підготовка тез, конспектів навчальних або наукових текстів;
- самостійне опрацювання тем;

Контроль успішності здобувачів освіти поділяється на поточний і підсумковий.

Методи поточного контролю: усний контроль (опитування, бесіда, доповідь, повідомлення тощо); письмовий контроль (контрольна робота, реферат, виклад матеріалу на задану тему в письмовій формі тощо); комбінований контроль; презентація самостійної роботи; спостереження як метод контролю; тестовий контроль; проблемні ситуації.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

Таблиця розподілу балів, які отримують здобувачі вищої освіти*

8-й семестр

Назва виду роботи	Поточний контроль знань														Модульна контрольна робота / ІНДЗ	Іспит	Загальна кількість балів		
	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6	Тема 7	Тема 8	Тема 9	Тема 10	Тема 11	Тема 12	Тема 13	Тема 14					
Робота на семінарському занятті	5		8				5		5		5		2		6		10	40	100
Самостійна робота	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				

*Таблиця містить інформацію про максимальні бали за кожен вид навчальної роботи здобувача вищої освіти.

Під час оцінювання засвоєння кожної теми за поточну навчальну діяльність здобувачу освіти виставляють оцінки з урахуванням затверджених критеріїв оцінювання для відповідної дисципліни.

Критерії оцінювання результатів навчання здобувачів освіти та розподіл балів, які вони отримують, регламентуються Положенням про оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у ПрАТ «ВНЗ «МАУП».

Модульний контроль. Модульна контрольна робота з навчальної дисципліни «Іміджологія» проводиться на останньому занятті модуля в письмовій формі, у вигляді тестування, а саме, тести закритої форми: тест-альтернатива, тест-відповідність на основі аналізу фактів юридичних справ.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи з навчальної дисципліни «Іміджологія»:

- при оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань:

- оцінка «відмінно» (А) ставиться за правильне виконання всіх завдань (або більше 90% усіх завдань);

- оцінка «добре» (В) ставиться за виконання 80% усіх завдань;

- оцінка «добре» (С) ставиться за виконання 70% усіх завдань;

- оцінка «задовільно» (D) ставиться, якщо правильно виконано 60% запропонованих завдань;

- оцінка «задовільно» (Е) ставиться, якщо правильно виконано більше 50% запропонованих завдань;

- оцінка «незадовільно» (FX) ставиться, якщо завдань виконано менше від 50 %.

Неявка на модульну контрольну роботу – 0 балів.

Вище наведені оцінки трансформуються в рейтингові бали у такий спосіб:

«А» – 9-10 балів;

«В» – 7-8 балів;

«С» – 5-6 балів;

«D» – 3-4 балів.

«Е» – 2 балів;

«FX» – менше 2 балів.

Підсумковий семестровий контроль з навчальної дисципліни «Іміджологія» є обов'язковою формою оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти. Він проводиться в терміни, встановлені графіком навчального процесу, в обсязі навчального матеріалу, визначеного програмою навчальної дисципліни.

Підсумковий контроль проводиться у формі **іспиту** (усно). Здобувача допускають до семестрового контролю за умови виконання ним усіх видів робіт.

Іспит з навчальної дисципліни «Іміджологія» складається з двох складових: стартової, призначена для оцінювання заходів поточного контролю впродовж семестру та екзаменаційної, призначена для оцінювання окремих запитань (завдань) на іспиті.

Рекомендований розмір стартової складової дорівнює 60 балів, екзаменаційної складової – 40 балів.

Мінімальна сума, за якою іспит вважається складеним – 25 балів.

Оцінювання додаткових (індивідуальних) видів навчальної діяльності. До додаткових (індивідуальних) видів навчальної діяльності відносять участь здобувачів у роботі наукових конференцій, наукових гуртків здобувачів і проблемних груп, підготовці публікацій, участь у Всеукраїнських олімпіадах і конкурсах та Міжнародних конкурсах тощо понад обсяги завдань, які встановлені відповідною робочою програмою навчальної дисципліни.

За рішенням кафедри здобувачам освіти, які брали участь у науково-дослідній роботі й виконували певні види додаткових (індивідуальних) видів навчальної діяльності, можуть присуджуватися заохочувальні (бонусні) бали за визначену освітню компоненту.

Заохочувальні бали можуть нараховуватися, якщо здобувач освіти, наприклад, виконав і захистив певні види завдань, відвідував всі лекції, семінарські й практичні заняття, має власний рукописний конспект лекцій та опрацьований додатковий навчальний матеріал, не має пропусків занять без поважних причин, відвідував додаткові консультації за участі лектора тощо.

Сума заохочувальних балів враховується при виставленні підсумкових балів в заліково-екзаменаційну відомість (але не більше 89 балів в загальному підсумку) і може бути автоматично зарахована при виставленні підсумкової семестрової оцінки з відповідної освітньої компоненти.

Заохочувальні бали не є нормативними й не входять до таблиці розподілу балів, які отримують здобувачі вищої освіти та основної шкали системи оцінювання.

Один захід може бути підставою для виставлення заохочувальних балів лише за однією найбільш релевантною освітньою компонентою.

Підсумкова кількість балів, набрана здобувачами освіти за виконання завдань із самостійної роботи, є однією зі складових поточної успішності з навчальної дисципліни. Самостійна робота з кожної теми за робочою програмою навчальної дисципліни оцінюється в діапазоні від 0 до 3 балів з використанням стандартизованих узагальнених критеріїв оцінювання знань.

Шкала оцінювання виконання самостійної роботи (індивідуальних завдань)

Можлива максимальна оцінка виконання самостійної роботи (індивідуальних завдань)	Рівень виконання			
	Відмінний	Добрий	Задовільний	Незадовільний
3	3	2	1	0

Для оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти впродовж семестру застосовується 100-бальна, національна та шкала ЄКТС оцінювання

Шкала підсумкового оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
68-74	D	задовільно	
60-67	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Політика курсу.

Для успішного засвоєння курсу «Іміджологія» здобувач освіти має:

- регулярно відвідувати лекційні та практичні заняття;
- систематично, системно й активно працювати на лекційних і практичних заняттях;
- відпрацьовувати пропущені заняття або незадовільні оцінки, отримані на заняттях;
- виконувати в повному обсязі завдання, які вимагає підготувати викладач, належна їх якість;
- виконувати контрольні та інші самостійні роботи;
- дотримуватися норм академічної поведінки та етики.

Курс «Іміджологія» передбачає засвоєння та дотримання принципів етики та академічної доброчесності, зокрема орієнтації на запобігання плагіату в будь-яких його проявах: усі роботи, доповіді, есе, реферати та презентації мають бути оригінальними й авторськими, не переобтяженими цитатами, що мають супроводжуватися посиланнями на першоджерела. Порухеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання.

Оцінювання здобувача освіти орієнтовано на отримання балів за активність на семінарських заняттях, виконання завдань для самостійної роботи, а також виконання завдань, що розвивають практичні уміння й навички, за які можуть бути, за рішенням викладача, нараховані додаткові (бонусні) бали (участь у круглих столах, наукових конференціях, олімпіадах та наукових конкурсах серед студентів).

Технічне й програмне забезпечення/обладнання: В освітньому процесі використовуються навчальні аудиторії, комп'ютерні лабораторії, медіацентр кафедри політології та журналістики (ауд.13-а), ноутбук, DVD PLAYER, телевізор (плазма), мультимедійна дошка, екран, проєктор.

Дидактичні матеріали: карти, таблиці, стенди.

Методичне забезпечення навчальної дисципліни

1. Навчальний план освітньо-професійної програми «Журналістика» підготовки фахівців галузі знань 06 Журналістика, спеціальності 061 Журналістика.
2. Підручники та навчальні посібники.
3. Плани лекційних і практичних занять.
4. Інструктивно-методичні матеріали до семінарських занять.
5. Семестрові завдання для самостійної роботи здобувачів із навчальної дисципліни.

6. Матеріали поточного та підсумкового контролю (контрольні завдання до семінарських занять; завдання на модульну контрольну роботу для перевірки рівня засвоєння здобувачами навчального матеріалу).
7. Перелік питань підготовки до екзамену, екзаменаційні білети.

Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Дячук В.П. Д 990 Іміджологія. Соціокультурний вимір: навч. посіб. Київ: Видавництво Ліра-К, 2017. 308 с.
https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3688/Diachuk_Imigologia.pdf?sequence=1&isAll owed=y
2. Повалій Т.Л., Бойко О.П., Котенко О.О. Іміджологія та брендинг у соціокультурній діяльності: навчальний посібник. Суми : Сумський державний університет, 2024. 257 с.
<https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi79/0059509.pdf>

Додаткові:

1. Берн Е. Ігри, у які грають люди / Ерік Берн; пер. з англ. К. Меньшикової. Харків: Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2018. 256 с.
2. Вітгенштейн Л. Tractatus logico-philosophicus. Філософські дослідження. Київ: Основи, 1995.
https://shron1.chtyvo.org.ua/Wittgenstein_Ludwig/Lohiko-filosofskyi_traktat.pdf
3. Лютар Ж.-Ф. Ситуація постмодерну / пер.з фр. Ю.Джулая. Філософська і соціологічна думка. 1995. № 5-6. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Lyotard_Jean-Francois/Sytuatsia_postmodernu.pdf
4. Препотенська М., Кайс-Красовська З. Риторика. 10 ключових тем плюс практикум: навч. посіб. (друге доповнене видання). Київ : Інтерсервіс, 2020. 296 с.
5. Станіславська К.І. Мистецькі форми сучасної видовищної культури: навч. посіб. Київ: Видавничий дім «Стилос», 2020. 208 с.
6. Сальнікова Л.С. Ділова репутація: як створити та зміцнити. Харків, 2019. 413 с.
7. Barthes, R The rhetoric of the image. Evans, J. & Hall, S., Visual culture: the reader, 33-40 URL: <https://skyecloud.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/12/2med443-the-rhetoric-of-the-image-cla.pdf>
8. Barthes, R [Systeme de la mode. English] The Fashion System / Roland Barthes; translated by Matthew Ward and Richard Howard. URL: <https://www.are.na/block/4114619> Eco U. The Theory Of Semiotics. Indiana University Press. Internet Archive Addeddate 2020-02-08. URL: <https://archive.org/details/umbertoecotheoryofsemioticszlib.org/page/n3/mode/2up>
10. Hoffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. Penguin Classics, 2022. 272 p.
https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf
11. Işoraitè Margarita BrandImage Theoretical Aspects // IntegratedJournalofBusinessandEconomics. 2018. Vol.2, No.1. P. 116-122. URL: <https://ojs.ijbe-research.com/index.php/IJBE/article/view/64>
12. Oppelt J. Personal Branding: Why It Matters. The Branding Journal. August, 2022. URL: <https://www.thebrandingjournal.com/2022/08/personal-branding/>
13. What is Brand Image? – Meaning and its Concept. Management Study Guide. February 12, 2025. URL: <https://www.managementstudyguide.com/brand-image.htm>
14. What Is Brand Image? With Importance, Examples and Tips. Indeed Editorial Team / Indeed. January 29, 2025. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/brand-image>

6. Матеріали поточного та підсумкового контролю (контрольні завдання до семінарських занять; завдання на модульну контрольну роботу для перевірки рівня засвоєння здобувачами навчального матеріалу).
7. Перелік питань підготовки до екзамену, екзаменаційні білети.

Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Дячук В.П. Д 990 Іміджологія. Соціокультурний вимір: навч. посіб. Київ: Видавництво Ліра-К, 2017. 308 с.
https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3688/Diachuk_Imigologia.pdf?sequence=1&isAll owed=y
2. Повалій Т.Л., Бойко О.П., Котенко О.О. Іміджологія та брендинг у соціокультурній діяльності: навчальний посібник. Суми : Сумський державний університет, 2024. 257 с.
<https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi79/0059509.pdf>

Додаткові:

1. Берн Е. Ігри, у які грають люди / Ерік Берн; пер. з англ. К. Меньшикової. Харків: Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2018. 256 с.
2. Вітгенштейн Л. Tractatus logico-philosophicus. Філософські дослідження. Київ: Основи, 1995.
https://shron1.chtyvo.org.ua/Wittgenstein_Ludwig/Lohiko-filosofskyi_traktat.pdf
3. Препотенська М., Кайс-Красовська З. Риторика. 10 ключових тем плюс практикум: навч. посіб. (друге доповнене видання). Київ : Інтерсервіс, 2020. 296 с.
4. Станіславська К.І. Мистецькі форми сучасної видовищної культури: навч. посіб. Київ: Видавничий дім «Стилос», 2020. 208 с.
5. Сальнікова Л.С. Ділова репутація: як створити та зміцнити. Харків, 2019. 413 с.
6. Barthes, R The rhetoric of the image. Evans, J. & Hall, S., Visual culture: the reader, 33-40 URL: <https://skyecloud.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/12/2med443-the-rhetoric-of-the-image cla.pdf>
7. Barthes, R [Systeme de la mode. English] The Fashion System / Roland Barthes; translated by Matthew Ward and Richard Howard. URL: <https://www.are.na/block/4114619> Eco U. The Theory Of Semiotics. Indiana University Press. Internet Archive Addeddate 2020-02-08. URL: <https://archive.org/details/umbertoecotheoryofsemioticszlib.org/page/n3/mode/2up>
8. Hoffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. Penguin Classics, 2022. 272 p. https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf
9. Işoraité Margarita BrandImage Theoretical Aspects // IntegratedJournalofBusinessandEconomics. 2018. Vol.2, No.1. P. 116-122. URL: <https://ojs.ijbe-research.com/index.php/IJBE/article/view/64>
10. Oppelt J. Personal Branding: Why It Matters. The Branding Journal. August, 2022. URL: <https://www.thebrandingjournal.com/2022/08/personal-branding/>
11. What is Brand Image? – Meaning and its Concept. Management Study Guide. February 12, 2025. URL: <https://www.managementstudyguide.com/brand-image.htm>

Електронні ресурси

1. Національна бібліотека України імені В.В. Вернадського <http://www.nbuv.gov.ua/>
2. Державна науково-педагогічна бібліотека України ім. В.О. Сухомлинського <http://www.dnpb.gov.ua/>
3. Бібліотека українських підручників <http://pidruchniki.ws/>
4. <https://posibniki.com.ua/post-funkciyi-ta-instrumentariyi-imidzhu>
5. <https://posibniki.com.ua/post-etapi-stvorennya-imidzhu-ta-tehnologiyi-iogoformuvannya-eratura>
6. <https://uahistory.co/pidruchniki/fine-arts-7-class-2015-fedyn/22.php>
7. <https://posibniki.com.ua/post-skladovi-suchasnogo-brenda-proces-stvorennya-brendata-iogo-osnovni>
8. <https://vseosvita.ua/library/prezentatsiia-suchasnyi-dyzain-ta-imidzh-liudyny115262.htm>