



ІМІДЖЕЛОГІЯ

Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Галузь знань	28 Публічне управління та адміністрування
Спеціальність	281 Публічне управління та адміністрування
Освітня програма	Адміністративний менеджмент
Статус дисципліни	Вибіркова
Форма навчання	заочна
Рік підготовки, семестр	2 курс, весняний семестр
Обсяг дисципліни	4 кредити ЕКТС / 120 годин, лекції 6 год., практичні заняття 2 год., самостійна робота 112 год.
Семестровий контроль/ контрольні заходи	Залік / модульна контрольна робота
Розклад занять	http://roz.kpi.ua/
Мова викладання	Українська
Інформація про керівника курсу / викладачів	Лектор: Кайс Зося Вадимівна, кандидат філософських наук, викладач email: zosia.kais@gmail.com Практичні заняття: Кайс Зося Вадимівна, кандидат філософських наук, викладач, email: zosia.kais@gmail.com
Розміщення курсу	Посилання на дистанційний ресурс: https://do.ipk.kpi.ua/course/view.php?id=6882

Програма навчальної дисципліни

1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання

Основною метою навчальної дисципліни «Іміджологія» є розкриття у студентів потенціалу власної особистості для самовдосконалення, гармонізації міжособистісної комунікації, осмислення власного внутрішнього світу та самоактуалізація як конкурентоспроможної особистості у зовнішньому світі.

До предмету навчальної дисципліни належать:

- ♦ теоретичні та практичні аспекти сприйняття та інтерпретації іміджу як соціального феномену сучасності;
- ♦ види, типи, властивості та функції іміджу та сучасних імідж-технологій, сучасний стан і тенденції розвитку галузі;
- ♦ імідж як унікальний засіб гармонізації особистості, як форма соціальної взаємодії та комунікації, як галузь творчості, що впливає на розвиток креативності й самореалізації в професійній діяльності фахівця;
- ♦ процес створення власного іміджу, комунікації і формуванні позитивного професійного іміджу.
- ♦ аспекти іміджології як креативної форми самовдосконалення й творчої діяльності, що розвиває внутрішній світ сучасної людини;
- ♦ механізм впливу імідж-образу на масову свідомість та володіння навичками зі створення іміджу організації, корпорації, товару, послуги крізь призму людського фактора.

Навчальна дисципліна у комплексі з іншими освітніми компонентами поглиблює та сприяє розвитку таких компетентностей та результатів навчання, як:

Навички міжособистісної взаємодії.

Здатність до соціальної взаємодії, до співробітництва й розв'язання конфліктів.

Уміти налагодити комунікацію між громадянами та органами державної влади і місцевого самоврядування.

2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)

Навчальна дисципліна «Іміджологія» є елементом циклу вибірових освітніх компонентів. За структурно-логічною схемою програми підготовки бакалавра дисципліна тісно пов'язана з іншими дисциплінами загальної та професійної підготовки: «Соціальна філософія», «Соціологія», «Психологія управлінської взаємодії», «Основи менеджменту та теорії організації» та ін.

3. Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу. Природа та особливості іміджу

Тема 2. Імідж-комунікація: практика та мистецтво

Тема 3. Іміджологія в комплексі наук

Тема 4. Соціально-психологічні передумови формування та функціонування іміджу

Тема 5. Риторичний імідж

Тема 6. Іміджмейкінг. Технології управління особистісним іміджем

Тема 7. Технології іміджування: Самопрезентація особистості

Тема 8. Корпоративний імідж. Корпоративна культура та імідж організації

Тема 9. «Я-проекування» в умовах медіареальності

4. Навчальні матеріали та ресурси

Наведено перелік рекомендованих навчальних матеріалів та ресурсів для засвоєння матеріалу, що розглядається на лекційних та семінарських заняттях.

Базова література

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&isAllowed=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>

Додаткова література

1. Берн Е. Ігри, у які грають люди / Ерік Берн ; пер. з англ. К. Меншикової. 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. Ліотар 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 [Système de la mode. English] The Fashion System / Roland Barthes; translated by Matthew Ward and Richard Howard. URL: <https://www.are.na/block/4114619>

9. 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. Işoraitė 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>.

Навчальний контент

5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Лекційні заняття

№ з/п	Назва теми лекції, перелік основних питань та рекомендована література
1	Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу. Природа та особливості іміджу 1. Зміст поняття «імідж». Співвідношення понять: статус, престиж, репутація, образ т. ін. 2. Різноманітність визначень іміджу, причини складності дефініцій 3. Імідж як соціальне обличчя та маска 4. Специфічні особливості феномену іміджу 5. Філософські засади іміджології. Культурний контекст вивчення феномену іміджу 5.1. Модерн - постмодерн – метамодерн; 5.2. Повороти в культурі: - перформативний поворот, - лінгвістичний поворот, - візуальний поворот, - тілесний поворот Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 2, 8, 9, 12
2	Тема 2. Імідж-комунікація: практика та мистецтво 1. Вихідні ідеї актуалізації та реалізації іміджу в процесі комунікації 2. Імідж в системі соціальної комунікації. Імідж в спілкуванні та комунікації 3. Імідж в процесі комунікації. Подвійна природа іміджу 4. Знак і символ в іміджі - концепції знака Ч.Пірса та Ф.де Соссюра - Множинність інтерпретацій та проблема розкриття змісту 5. Культура як сигніфікативна система. - Принципи означування. Принципи формування символу - Символіка масової культури. Іміджеві символи. Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 1, 2, 3, 5, 9, 10
3	Тема 3. Іміджологія в комплексі наук

	1. Іміджологія як особлива галузь гуманітарних знань. Зв'язок іміджології з іншими науками 2. Теоретична та прикладна іміджології. 3. Варіанти класифікації та типізації іміджу (види, критерії основи демаркації) 4. Поліфункціональність іміджу Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 1, 3, 9, 10, 12, 14
4	Тема 4. Соціально-психологічні передумови формування та функціонування іміджу 1. Сприйняття в когнітивному процесі 2. Природа сприйняття. Перцепція та апперцепція 3. «Я»-концепція та роль самооцінки у творенні іміджу 4. Потреба в «Іншому» та перцептивна складова міжособистісної взаємодії 5. Соціальні стереотипи та стереотипні ефекти в іміджі: каузальна атрибуція, соціальна установка, інтуїція, соціальні очікування 6. Соціально-психологічний інструментарій іміджування: міфологізація та архетипізація, маніпуляція, позиціонування, емоціоналізація, НЛП Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 2, 3, 4
5	Тема 5. Риторичний імідж 1. Риторика – мистецтво мови та наука красномовства 2. Комунікативні риторичні дискурси 3. Загальні жанри та специфічні види сучасної риторики 4. Риторика буденності та риторика творчості 5. Риторична культура та її вплив на імідж 6. Подолання аудиторного шоку та публічна промова Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 7, 12,
6	Тема 6. Іміджмейкінг. Технології управління особистісним іміджем 1. Анатомія та структура особистісного іміджу 2. Стратегії управління особистісним іміджем 3. Техніки створення ефективного імідж-образу 4. Створення габітарного (зовнішнього) іміджу 5. Діловий імідж, його складові та особливості формування Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 1, 7, 12, 14
7	Тема 7. Технології іміджування: Самопрезентація особистості 1. Іміджування – технологія впливу 2. Самопрезентація як основний метод подання іміджу 3. Теоретичні основи самопрезентації 4. Стратегії і тактики самопрезентації іміджу 5. Структура технології самопрезентації Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 4, 6, 7, 11
8	Тема 8. Корпоративний імідж. Корпоративна культура та імідж організації 1. Формула корпоративного іміджу 2. Корпоративна культура як основа іміджу організації 3. Інформація та внутрішньофірмова комунікація

	4.Інструментарій корпоративного іміджування 5.Візуалізація корпоративного стилю. Бренд та логотип Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 1 - 15
9	Тема 9. «Я-проектування» в умовах медіареальності 1 Медіареальність як домінуючий культурний простір сучасності. 2. Нові інформаційні технології та технічні можливості іміджування. 3. Особливості віртуального іміджу 4. Мовний (риторичний імідж) в умовах медіареальності 5. Імідж в соціальних мережах Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 1 - 15

Семінарські заняття та завдання на самостійну роботу

№ з/п	Назва теми семінару, перелік основних питань, теми доповідей та рекомендована література
1	Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу. Природа та особливості іміджу 1. Зміст поняття «імідж». Співвідношення понять: статус, престиж, репутація, образ т. ін. 2. Різноманітність визначень іміджу, причини складності дефініцій 3. Імідж як соціальне обличчя та маска 4. Специфічні особливості феномену іміджу Завдання 1 на самостійну роботу: 1. Проаналізувати таблицю визначень іміджу. Вивчіть та проаналізуйте різні визначення іміджу? Що в них спільного? Які універсальні особливості та характеристики іміджу? 2. Усний звіт (можна з презентацією) "Аналіз образу медійної особистості" (на вибір) Завдання 2 на самостійну роботу: 1. Вправа "Хто Я?" (реалізується на практичному занятті). Завдання: проставте в стовпчик номери від 1 до 10 і дайте десять відповідей на питання "Хто я?". Враховуйте будь-які свої характеристики, риси, інтереси, емоції – усе, що здається Вам придатним для того, щоб описати себе фразою, що починається "Я – ...". Аналіз відповідей та обговорення здійснюється на семінарі 2. Тест "Формула діамант героя" (виконується безпосередньо на практичному занятті) Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 2, 8, 9, 12
2	Тема 2.1 Імідж-комунікація: практика та мистецтво 1. Імідж в системі комунікації 2. Природа сприйняття іміджу. Причини викривленого сприйняття іміджу особистості 3. Динамічність та неоднорідність іміджу та його інтерпретація 4. Полісемантичність та поліфункціональність іміджу Завдання на самостійну роботу: 1. В чому полягає креативність в сприйнятті іміджу? 2. "Читання знаків" Виберіть одну особистість з вашої підбірки яскравих іміджів. Знайдіть всі можливі знаки (та символи), назвіть, опишіть їх та проаналізуйте їх. Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 1, 2, 3, 5, 9, 10

3	Тема 2.2 Імідж як спосіб трансляції культурної інформації 1. Імідж як знакова система. Семіотичні моделі візуальної комунікації: модель Р. Барта, модель У. Еко, модель Р. Якобсона, модель Ю. Лотмана. 2. Семантичне поле, спектр асоціацій, герменевтичне коло. Завдання на самостійну роботу: 1. Визначте поняття «комунікація» та охарактеризуйте імідж в системі соціальної комунікації? 2. Порівняйте комунікацію та процес сприйняття іміджу особистості 3. "Створення знаків, означування". Виберіть свою особливу рису (якість) та означте її, визначте через які знаки (та символи) її можливо передати, проявити. 4. Означте (придумайте, якими знаками та їх поєднанням) можливо передати концепти: успішність, експертність, досвідченість, щедрість, свобода, безпека, надійність, легкість, креативність, активність (або будь-який) ваш концепт. Проілюструйте ваші знахідки. Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 1, 2, 3, 5, 9, 10
4	Тема 3. Іміджелогія в комплексі наук 1. Іміджелогія як особлива галузь гуманітарних знань. Зв'язок іміджелогії з іншими науками 2. Теоретична та прикладна іміджелогії. 3. Іміджмейкінг та його особливості Завдання 1 на самостійну роботу: 1. Як іміджелогія пов'язана з іншими науками? 2. В чому полягають особливості теоретичної та прикладної іміджелогії? 3. Перерахуйте найхарактерніші складові частини імідж-образу? 4. Дайте визначення поняттю «іміджмейкінг» та визначте цілі іміджмейкінгу. 5. Опрацювати пропоновану таблицю типів іміджу. До кожного типу (виду) підібрати власний приклад. Вміти прокоментувати підстави для такої типізації. 6. Доповідь з імідждіагностики за видом іміджу: 1) Особистісний, 2) Сімейний, 3) Корпоративний, 4) Професійний, 5) Етнічний, 6) Територіальний - імідж країни, - імідж міста, - імідж вулиці. Завдання 2 на самостійну роботу: 1. Імідж у рекламі, політиці, бізнесі та мистецтві. 2. Основні підходи до розуміння поняття "іміджмейкінг". Специфіка професії іміджмейкера. Професійні орієнтири іміджмейкера. Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 1, 3, 9, 10, 12, 14
5	Тема 4.1. Соціально-психологічні передумови формування та функціонування іміджу 1. Соціальні стереотипи та стереотипні ефекти в іміджі: - каузальна атрибуція, соціальна установка, інтуїція, соціальні очікування 2. Соціально-психологічний інструментарій іміджування: міфологізація та архетипізація, маніпуляція, позиціонування, емоціоналізація, НЛП Завдання на самостійну роботу: Створюємо героя в одній зі сфер діяльності (політика, спорт, мистецтво, бізнес, шоу-бізнес і т.д. будь-яка сфера на ваш вибір) Підсилюємо його вплив та спрямовуємо на масову свідомість:

	Крок 1. Який герой? Один з 12 архетипів (за К.Г.Юнгом) - Які його характеристики, задачі і цілі, цінності? Крок 2. Міфодизайн - вигадуємо історію героя (сценарій - універсальний міф про героя) Крок 3. Поширюємо чутки і плітки (вигадайте 3 чутки про героя та канали, за якими вони повинні розповсюджуватися для підсилення впливу на масову свідомість) Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 2, 3, 4
6	Тема 4.2 Соціально-психологічні передумови формування та функціонування іміджу Мистецтво створення образу 1. Соціальні стереотипи та стереотипні ефекти в іміджі: - каузальна атрибуція, соціальна установка, інтуїція, соціальні очікування 2. Соціально-психологічний інструментарій іміджування: міфологізація та архетипізація, маніпуляція, позиціонування, емоціоналізація, НЛП Завдання на самостійну роботу: Створюємо героя в одній зі сфер діяльності (політика, спорт, мистецтво, бізнес, шоу-бізнес і т.д. будь-яка сфера на ваш вибір) Підсилюємо його вплив та спрямовуємо на масову свідомість: Крок 1. Який герой? Один з 12 архетипів (за К.Г.Юнгом) - Які його характеристики, задачі і цілі, цінності? Крок 2. Міфодизайн - вигадуємо історію героя (сценарій - універсальний міф про героя) Крок 3. Поширюємо чутки і плітки (вигадайте 3 чутки про героя та канали, за якими вони повинні розповсюджуватися для підсилення впливу на масову свідомість) Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 2, 3, 4
7	Тема 5. Риторичний імідж 1. Аналіз публічної промови (або фрагменту) за аналітичною картою монологу (таблиця в додатках) <i>На семінарському занятті демонструємо відео промови та коментуємо свій аналіз</i> 2. Підготовка та проголошення монологу від свого імені або від імені свого створеного героя на свою тему або на вибір з запропонованих: - Промова-опис ("екфраз") (предмету, людини, стану, явища) - Промова-хвала, вдячна промова до своїх колег (одногрупників) - Мотивуюча та надихаюча на співпрацю промова до свого колективу - Промова-сентенція - розмірковування про судження, що має загальнолюдський сенс (любов, щастя, свобода, справедливість або інше) Завдання на самостійну роботу: <i>При підготовці та проголошенні промови важливо дотримуватися логіки, техніки мовлення та образності мовлення, використовувати засоби активізації уваги слухачів. бажано проголосити промову з ввімкненою камерою (тренуємося долати аудиторний шок).</i> Слухачі, присутні на занятті, оцінюють промовця за аналітичною картою монологу (таблиця в додатках) Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 7, 12,
8	Тема 6. Іміджмейкінг. Технології управління особистісним іміджем 1.Анатомія та структура особистісного іміджу 2.Стратегії управління особистісним іміджем 3.Техніки створення ефективного імідж-образу 4.Створення габітарного (зовнішнього) іміджу 5.Діловий імідж, його складові та особливості формування Завдання на самостійну роботу:

	1. Аналіз самоставлення до власної зовнішності, користуючись переліком показників (в додатках) та тестом оцінки власної зовнішності. Кожен показник оцінюється за шкалою 0-3 бали, де 0 - "мені не подобається", 3 - "я повністю задоволена". Моделювання та проектування власного зовнішнього іміджу та напрямків його посилення та вдосконалення. 2. Створення габітарного іміджу свого персонажа-героя. Презентація стратегії та техніки іміджування, деталізація неймінгу, типізації та стилізації. Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 1, 7, 12, 14
9	Тема 7. Технології іміджування: Самопрезентація особистості 1. Іміджування – технологія впливу 2. Самопрезентація як основний метод подання іміджу 3. Теоретичні основи самопрезентації 4. Стратегії і тактики самопрезентації іміджу 5. Структура технології самопрезентації Завдання на самостійну роботу: 1. Самомоніторинг та тести самопрезентації (в додатках) 2. Самопрезентація вашого героя. Визначтеся з його стратегією самопрезентації, тактиками та мотиваційною моделлю самопрезентації. 3. Змоделюйте мінімум три ситуації (обставини взаємодії з іншими), в яких ваш персонаж діє згідно певної тактики. Опишіть, як саме він проявляється в цих ситуаціях і проаналізуйте, яким чином це впливає на формування його іміджу. Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 4, 6, 7, 11
10	Тема 8. Корпоративний імідж 1. Формула корпоративного іміджу 2. Корпоративна культура як основа іміджу організації 3. Інформація та внутрішньофірмова комунікація 4. Інструментарій корпоративного іміджування 5. Візуалізація корпоративного стилю. Бренд та логотип Завдання на самостійну роботу: Створення іміджу вашої організації / організації вашого персонажа-героя. Сформулювати корпоративну філософію (місія і цінності компанії) Основні правила корпоративної поведінки Візуалізація корпоративного стилю та бренду Ескіз логотипа (пояснення його стилістичної ідеї, структури, кольору та очуваного ефекту) Тиражування логотипу (рекламні носії, сувенірна продукція і т.д) - обґрунтувати доцільність кожної позиції. Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2 Додатковий: 1 - 15
11	Тема 9. «Я-проектування» в умовах медіареальності 1. Медіареальність як домінуючий культурний простір сучасності. 2. Екранна культура та ефект «подвійної» видовищності 3. Нові інформаційні технології та технічні можливості іміджування. 4. Особливості віртуального іміджу 5. Імідж в соціальних мережах Завдання на самостійну роботу: 1. Аналіз іміджу блогера 2. Аналіз сторінки в Інстаграм в контексті іміджування Список рекомендованих джерел: Базовий: 1, 2. Додатковий: 1 - 15

6. Самостійна робота здобувача

Засвоєння змісту дисципліни «Іміджологія» разом із аудиторними/онлайн-заняттями передбачає виконання здобувачами самостійної роботи з метою самоконтролю знань та самопідготовки. Систематично організована самостійна робота дає можливість закріпити матеріал курсу, сфокусувати увагу на ключових питаннях тем, що вивчаються.

Самостійна робота здобувачів передбачає:

1. підготовку усних доповідей за тематикою семінару;
2. підготовку до участі у обговоренні питань семінару;
3. підготовку доповідей;
4. оформлення презентацій для візуального супроводу доповіді.

Політика та контроль

7. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Відвідування занять

Відвідування лекцій, семінарських занять, а також відсутність на них, не оцінюється. Однак, здобувачам рекомендується відвідувати заняття, оскільки на них викладається теоретичний матеріал та розвиваються навички, необхідні для отримання позитивних результатів вивчення дисципліни.

Вагома частина підсумкової оцінки здобувача формується через активну роботу на семінарських заняттях. Система оцінювання орієнтована на отримання балів за активність здобувача, а також виконання завдань, які здатні розвинути практичні уміння та навички. Тому відсутність на семінарських заняттях не дає можливість здобувачу отримати бали. Якщо семінарське заняття пропущено з поважних причин (хвороба або вагомі життєві обставини), здобувачу надається можливість відпрацювання протягом найближчого тижня або до наступного семінарського заняття.

Пропущені контрольні заходи

Якщо контрольні заходи пропущені з поважних причин (хвороба або вагомі життєві обставини), здобувачу надається можливість виконати контрольне завдання протягом найближчого тижня. Повторне виконання контрольних завдань не допускається.

Академічна доброчесність

Політика та принципи академічної доброчесності визначені у розділі 3 Кодексу честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Детальніше: <https://kpi.ua/code>. А також визначена у «Положенні про систему запобігання академічному плагіату в КПІ ім. Ігоря Сікорського». Детальніше: <https://osvita.kpi.ua/node/47>.

8. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (PCO)

Поточний контроль: опитування за темою заняття, тестові завдання тощо.

Календарний контроль: проводиться як моніторинг поточного стану виконання вимог програми.

Семестровий контроль: залік

Умови допуску до семестрового контролю: мінімально позитивна оцінка за роботу на семінарських заняттях, семестровий рейтинг не менше 36 балів.

Контроль з дисципліни «Іміджологія» передбачений у вигляді заліку, тому PCO включає оцінювання заходів поточного контролю з дисципліни протягом семестру, а також семестровий контроль у вигляді заліку (тест + співбесіда).

Основними видами навчальних занять є лекція і семінарське заняття. Рейтингова оцінка здобувача складається з балів, отриманих за результатами заходів поточного контролю, заохочувальних і штрафних балів.

Згідно з «Положенням про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського» заборонено оцінювати присутність або відсутність здобувача на аудиторному занятті, в тому числі нараховувати за це заохочувальні або штрафні бали.

Поточний контроль проводиться впродовж семестру у процесі навчання для перевірки рівня теоретичної й практичної підготовки здобувачів на кожному етапі вивчення освітнього компонента «Іміджологія».

Система оцінювання

№ з/п	Контрольний захід	Ваговий бал	Кіл-ть	Всього
1.	Доповідь на семінарських заняттях презентація теоретичного питання / звіт по практичному завданню)	10	1	10
2.	Робота на семінарському занятті (доповнення, участь в обговоренні, питання до основного доповідача)	10	1	10
3.	Модульна контрольна робота (тестові завдання)	80	1	80
	Всього			100

Модульна контрольна робота виконується в кінці вивчення дисципліни, складається з 20 тестових завдань. Максимум за одне тестове завдання контрольної роботи, яке виконано правильно – 4 бали. Максимум за контрольну роботу - 80 балів. Модульна контрольна робота виконується після опрацювання здобувачем всіх тем навчальної дисципліни в дистанційному курсі на платформі дистанційного навчання «Сікорський» Moodle.

Результати поточного контролю заносяться викладачем у модуль «Поточний контроль» Електронного кампусу.

Критерії оцінювання відповідей здобувача з окремих запитань (завдань)

№ з/п	Критерії оцінювання	Ваговий бал
1.	Відповідь правильна (не менше 90% потрібної інформації)	9-10
2.	Несуттєві помилки у відповіді (не менше 75% потрібної інформації)	7-8
3.	Є недоліки у відповіді та деякі помилки (не менше 60% потрібної інформації)	6
4.	Доповнення до відповідей інших здобувачів ($\leq 50\%$ потрібної інформації)	$1 \leq 5$
5.	Відповідь відсутня або не правильна	0

За результатами заходів поточного контролю здобувачів проводиться календарний контроль, порядок проведення якого визначено у «Положенні про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського».

Заохочувальні бали передбачені за виконання творчих робіт з дисципліни (наприклад, участь у конкурсах наукових робіт, участь у наукових проєктах, підготовка презентацій на міжнародних наукових конференціях тощо).

Штрафні бали передбачені за відмову від відповіді на контрольні запитання з теми семінару і невиконання запропонованих на семінарському занятті контрольних завдань (вправ, тестів тощо). Заохочувальні та штрафні бали не входять до основної шкали РСО, а їхня сума не може перевищувати 10% рейтингової шкали.

Семестровий контроль: ЗАЛІК

Семестровий контроль проводиться відповідно до навчального плану у вигляді заліку в терміни, встановлені графіком навчального процесу. Форма проведення семестрового контролю

комбінована (залікова робота + співбесіда). Перелік тем та питань які виносяться на семестровий контроль, критерії оцінювання визначаються силабусом.

Здобувач отримує позитивну залікову оцінку за результатами роботи в семестрі, якщо має підсумковий рейтинг за семестр не менше 60 балів та виконав умови допуску до семестрового контролю.

Умови допуску до заліку: рейтинг ≥ 36 б.

< 60 балів → залікова робота + співбесіда.

≥ 60 балів = оцінка (відмінно, дуже добре, добре, задовільно, достатньо, незадовільно). Оцінка може бути підвищена за бажанням за рахунок виконання залікової роботи + співбесіда.

Залік проводиться в період останніх двох тижнів теоретичного навчання у семестрі, як правило, на останньому за розкладом занятті з навчальної дисципліни. Результати контрольних заходів доступні до ознайомлення авторизованим користувачам в їхніх особистих кабінетах автоматизованої інформаційної системи «Електронний кампус».

Таблиця відповідності рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

Кількість балів	Оцінка
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

Принцип визначення підсумкової оцінки. Рейтингова оцінка доводиться до здобувачів на передостанньому занятті з дисципліни в семестрі. Здобувачі, які виконали всі умови допуску до заліку і мають рейтингову оцінку 60 та більше балів, отримують відповідну до набраного рейтингу оцінку без додаткових випробувань.

Зі здобувачами, які виконали всі умови допуску до заліку та мають рейтингову оцінку менше 60 балів, а також з тими здобувачами, хто бажає підвищити свою рейтингову оцінку, на останньому за розкладом занятті з дисципліни в семестрі викладач проводить семестровий контроль у вигляді залікової роботи (письмова) + співбесіда.

Процедура оскарження результатів контрольних заходів. Здобувачі мають можливість підняти будь-яке питання, яке стосується процедури контрольних заходів та очікувати, що воно буде розглянуто згідно із наперед визначеними процедурами.

Здобувачі мають право оскаржити результати контрольних заходів після ознайомлення з результатом, але обов'язково аргументовано, пояснивши з яким критерієм не погоджуються відповідно до оціночного.

9. Додаткова інформація з дисципліни (освітнього компонента)

Орієнтовний перелік питань на залік

1. Дайте визначення поняттю «імідж». В чому полягає складність визначення цього поняття?
2. Проаналізуйте, як співвідносяться між собою поняття: статус, престиж, репутація, образ.
3. Імідж як колажність постмодерністського твору-тексту.
4. Креативність гри в імідж-комунікації.

5. Перформативність як передумова іміджмейкінгу.
6. Фактор видовищності та театральності в формуванні іміджу
7. Тілесність як формотворчий принцип іміджу
8. Назвіть типи та функції іміджу
9. Яке місце іміджу в системі соціальної комунікації та роль іміджу в схемі комунікації
10. Імідж як знакова система. Імідж в семіотичних моделях візуальної комунікації
11. Яку роль в іміджі відіграють міфи
12. Як на створенні та сприйнятті іміджу відбиваються архетипи
13. Як іміджелогія пов'язана з іншими науками?
14. В чому полягають особливості теоретичної та прикладної іміджелогії?
15. Перерахуйте найхарактерніші складові частини імідж-образу?
16. Дайте визначення поняттю «іміджмейкінг» та визначте цілі іміджмейкінгу.
17. Використання імідж-технологій у формуванні корпоративної культури
18. Імідж в медіареальності як домінуючому культурному просторі сучасності.
19. Технічна опосередкованість формування та сприйняття іміджу в сучасному світі
20. Імідж в контексті екранної культури та ефект «подвійної» видовищності.

В умовах дистанційної роботи організація освітнього процесу здійснюється з використанням технологій дистанційного навчання: система Електронний кампус, ресурси платформи дистанційного навчання «Сікорський» Moodle. Для ефективнішої комунікації з метою розуміння змісту навчальної дисципліни та кращого засвоєння матеріалу використовуються сервіси для організації онлайн-конференцій та відеозв'язку («Zoom»), електронна пошта, месенджери (Telegram, Google документи).

Навчальний процес у дистанційному режимі здійснюється відповідно до затвердженого розкладу навчальних занять.

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

Складено кандидат філософських наук, викладач Кайс Зося Вадимівна

Ухвалено кафедрою філософії (протокол № 1 від 27.08.2024 р.)

Погоджено Методичною комісією факультету соціології і права (протокол № 1 від 29.08.2024 р.)