



Київський національний університет культури і мистецтв



КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Силабус освітньої компоненти

Назва компоненти: **Іміджологія**

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Сторінка компоненти в Moodle:

<https://elearn.knukim.edu.ua/course/view.php?id=1048>

Сторінка компоненти в електронній бібліотеці:

<http://91.217.179.134:9100/libr/DocSearchForm>

Викладач: **Рибаченко Віктор Федорович**, Заслужений працівник культури України, доцент з/н

Опис освітньої компоненти

Освітня компонента «Іміджологія» є обов'язковою освітньою компонентою, яка сприяє ознайомленню здобувачів вищої освіти з основами теорії та практики формування іміджу, головними іміджевими технологіями, які використовуються у процесі створення іміджу об'єкта (людини, організації, регіону тощо).

Передумови вивчення освітньої компоненти

Освітня компонента «Іміджологія» базується на знаннях таких компонент: «Основи зв'язків з громадськістю та реклами», «Соціальні комунікації», «Корпоративні комунікації», інтегрується в компоненту «Практика рекламної та PR діяльності» та слугує основою для вивчення таких компонент: «Психологія», «Маркетинг», «Практика рекламної та PR діяльності».

Тематичний план освітньої компоненти

РОЗДІЛ 1. СТРУКТУРА ТА ФУНКЦІЇ ІМІДЖУ. ІМІДЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ

- 1.1. Іміджологія в системі наук про людину, її об'єкт та предмет
- 1.2. Поняття про імідж, його структуру та функції
- 1.3. Типи та види іміджів. Іміджеві технології

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИКА ПОБУДОВИ ІМІДЖУ

- 2.1. Імідж особистості. Специфіка чоловічого та жіночого іміджу
- 2.2. Імідж організацій. Імідж подій та процесів
- 2.3. Імідж країни та шляхи його формування

Технічне і програмне забезпечення

Ноутбук або персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для: комунікації та опитувань, виконання домашніх завдань, виконання завдань самостійної роботи; проходження тестування (поточний, рубіжний, підсумковий контроль).

Програмне забезпечення для роботи з освітнім контентом компоненти та виконання передбачених видів освітньої діяльності: стандартні офісні програми (Word, Excel, PowerPoint).

Рекомендовані джерела інформації

Публікації науково-педагогічного працівника за темою освітньої компоненти

1. Рибаченко В. Ф. Боротьба іміджів: український контекст. *Час і Події*. 2008. № 6. URL: <https://www.chasipodii.net/article/2574/> (дата звернення: 26.07.2020).
2. Рибаченко В. Ф. Реклама та контрреклама як засіб створення іміджу. *Час і Події*. 2009. № 51. URL: <https://www.chasipodii.net/article/5979/> (дата звернення: 26.07.2020).
3. Рибаченко В. Імідж України в українському та світовому інформаційному просторі. *Час і Події*. 2013. № 13. URL: <http://www.chasipodii.net/article/11422/> (дата звернення: 26.07.2020).
4. Рибаченко В. Яскраве піар-шоу «Українські корифеї...». *Час і Події*. 2012. № 39. URL: <http://www.chasipodii.net/article/10684/> (дата звернення: 26.07.2020).
5. Рибаченко В. Британський удар по іміджу України. *Час і Події*. 2012. № 39. URL: <http://www.chasipodii.net/article/10684/> (дата звернення: 26.07.2020).
6. Рибаченко В. Імідж за гроші та ганьба безкоштовно. *Час і Події*. 2012. № 5. URL: <http://www.chasipodii.net/article/10684/> (дата звернення: 26.07.2020).
7. Рибаченко В. Луценко на волі: який німб засяє над його головою? *Час і Події*. 2013. № 16. URL: <http://www.chasipodii.net/article/11532/> (дата звернення: 26.07.2020).
8. Рибаченко В. Найбагатші українці: ау, українці! *Час і Події*. 2013. № 19. URL: <http://www.chasipodii.net/article/11631/> (дата звернення: 26.07.2020).
9. Рибаченко В. Патріарх Філарет відзначив своє 84-річчя в активній роботі. *Час і Події*. 2013. № 5. URL: <http://www.chasipodii.net/article/11132/> (дата звернення: 26.07.2020).
10. Рибаченко В. Міжнародна конференція до 95-річчя української дипломатії. *Час і Події*. 2012. № 52. URL: <http://www.chasipodii.net/article/11038/> (дата звернення: 26.07.2020).
11. Рибаченко В. Жіночна Фаріон: ламання стереотипу. *Час і Події*. 2013. № 38. URL: <http://www.chasipodii.net/article/12212/> (дата звернення: 26.07.2020).

- 12.Рибаченко В. Іміджеві проблеми на початку нового політичного сезону. *Час і Події*. 2017. № 37. URL: <http://www.chasipodii.net/article/19419/> (дата звернення: 26.07.2020).
- 13.Рибаченко В. Позитивний імідж України у сприйнятті її громадян. *Час і Події*. 2017. № 38. URL: <http://www.chasipodii.net/article/19446/> (дата звернення: 26.07.2020).
- 14.Рибаченко В. Ребрендинг України: крок до мети. *Час і Події*. 2017. № 39. URL: <http://www.chasipodii.net/article/19493/> (дата звернення: 26.07.2020).
- 15.Рибаченко В. Імідж України: пресова підтримка для американської аудиторії. *Час і Події*. 2017. № 41. URL: <http://www.chasipodii.net/article/19574/> (дата звернення: 26.07.2020).
- 16.Рибаченко В. Імідж України – негативний? *Час і Події*. 2020. № 8. URL: <https://www.chasipodii.net/article/24221/> (дата звернення: 26.07.2020).
- 17.Рибаченко В. Стратегія України: пропозиція «Голосу» і позиція влади. *Час і Події*. 2019. № 46. URL: <https://www.chasipodii.net/article/23760/> (дата звернення: 26.07.2020).
- 18.Рибаченко В. Медійна спіраль та іміджеві втрати України. *Час і Події*. 2019. № 39. URL: <https://www.chasipodii.net/article/23499/> (дата звернення: 26.07.2020).
- 19.Рибаченко В. Дослідження символічного простору українського народу. *Час і Події*. 2019. № 04. URL: <https://www.chasipodii.net/article/22106/> (дата звернення: 26.07.2020).
- 20.Рибаченко В. Український неймінг. *Час і Події*. 2019. № 03. URL: <https://www.chasipodii.net/article/22057/> (дата звернення: 26.07.2020).

Основна література

- 1.Бебик В. М. Іміджологія : навч. посіб. для дистанц. навчання. Київ : Ун-т Україна, 2008. 217 с.
- 2.Бондаренко І. С. Іміджологія в системі гуманітарних знань: соціальнокомунікаційний підхід. *Держава та регіони*. 2019. Вип. 2. (66). С. 92–95.
- 3.Зацерківна М. О. PR-технології формування іміджу вищих навчальних закладів. *Креативні технології, підприємництво і менеджмент в організації соціокультурної сфери ХХІ століття* : матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 25–26 трав. 2017. Київ, 2017. С. 52–53.
- 4.Зозульов О. В., Писаренко Н. Л. Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів. Київ : Знання-Прес, 2004. 199 с.
- 5.Іміджологія : навч. посіб. для дистанц. навч. Київ : Ун-т Україна, 2008. 217 с.
- 6.Штельмашенко А. Формування бренду держави як складова сучасної політики : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02. Київ, 2016. 19 с.

Допоміжна література

1. Барабаш С. І. Зв'язки з громадськістю в системі соціальнокомунікаційної діяльності бібліотеки вищого навчального закладу : автореф. дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій : 27.00.03. Київ, 2013. 20 с.

2. Башук А. І. Зв'язки з громадськістю: підходи до розуміння терміна. *Наукові записки Інституту журналістики* : наук. зб. Київ, 2009. №. 35. С. 153–158.
3. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент глобального суспільства: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. Київ : МАУП, 2005. 437 с.
4. Берегова О. М. Сучасні комунікації в культурі України : навч. посіб. Київ : НМАУ ім. П. І. Чайковського, 2006. 178 с.
5. Березенко В. В. Наукове осмислення феномену PR як соціальнокомунікаційної діяльності в Україні : автореф. дис. ... д-ра наук із соціальних комунікацій : 27.00.01. Київ, 2014. 32 с.
6. Бутенко Н. Ю. Комунікативні процеси у навчанні : підручник. Вид. 2-ге, без змін. Київ: КНЕУ, 2006. 384 с.
7. Гладуелл М. Поворотний момент. Як дрібні зміни спричиняють великі зрушення. Київ : Книжковий клуб, 2017. 272с.
8. Голубев В. Лайфхак для журналіста: як ефективно використовувати час та інформацію. Луцьк : Друк Волині. 2017. 136 с.
9. Ротовський А. А. Системний PR. Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2006. 426 с.
10. Роум Д. Говори та показуй: мистецтво створювати надзвичайні презентації. Київ : Віват, 2017. 272 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Аналітичний медіа-портал. URL: <https://sostav.ua/> (дата звернення: 30.07.2020).
2. Імідж в системі PR. URL: <http://novelis.kiev.ua/pablik-rlejshnz/pr-sutimidzh-i-technologij/2> (дата звернення: 21.03.2018).
3. Інтернет-портал для журналістів та PR. URL: <https://www.deadline.com.ua/> (дата звернення: 30.07.2020).
4. Інтернет-ресурс про PR, маркетинг та рекламу в Україні. URL: <https://mmr.ua/> (дата звернення: 30.07.2020).
5. Портал асоціації операторів зовнішньої реклами. URL: <http://www.outdoor.org.ua/> (дата звернення: 30.07.2020).
6. Портал для фахівців у сфері комунікацій. URL: <http://prportal.com.ua/> (дата звернення: 30.07.2020).
7. Портал Міжнародної виставки реклами, маркетингу та мас-медіа REX. URL: <https://www.rex.ua/?pid=1> (дата звернення: 30.07.2020).
8. Портал про PR в Україні. URL: <https://uapr.com.ua/> (дата звернення: 30.07.2020).
9. Портал Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/> (дата звернення: 30.07.2020).

Політика вивчення освітньої компоненти

Освітня компонента «Іміджологія» передбачає роботу в колективі, окрім випадків виконання індивідуальних творчих завдань.

Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до

конструктивної критики.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в дистанційному (онлайн) режимі за погодженням із керівником курсу, з презентуванням виконаних завдань під час консультації викладача.

Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.

Ліквідація заборгованості відбувається протягом 1 тижня після встановленого терміну. Завдання, які не виконані у встановлений термін, оцінюються викладачем в межах 50% звичайної оцінки.

Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації здобувач вищої освіти повинен вказати джерело, використане під час виконання завдання.

Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 30%.

У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати завдання.

Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування.

Силабус затверджено
на засіданні кафедри
інформаційних технологій
від 28 червня 2022 р.,
протокол № 22