

МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. О. СУХОМЛИНСЬКОГО
Кафедра української мови і літератури

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри

О. С. Філатова

29 серпня 2018 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ІМІДЖОЛОГІЯ ТА БРЕНДИНГ**

Ступінь бакалавра

Галузь знань 01 Освіта / Педагогіка

спеціальність 014 «Середня освіта»

014.01 Середня освіта (Українська мова і література)

освітня програма Українська мова і література,

Галузь знань 03 Гуманітарні науки

спеціальність 035 «Філологія»

035.01 українська мова та література

освітня програма Українська мова і література

2018-2019 н. р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Іміджологія та брендинг» для студентів спеціальностей 014 Середня освіта, 014.01 Середня освіта (Українська мова і література); 035 Філологія, 035.01 Філологія (Українська мова та література).

Розробник: Гінкевич Оксана Валентинівна, старший викладач кафедри української мови і літератури, кандидат педагогічних наук _____ (Гінкевич О.В.)

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри української мови і літератури
Протокол № 01 від «29» серпня 2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Філатова О. С.)

«29» серпня 2018 р.

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, освітньо-кваліфікаційний рівень (ступінь)	Характеристика навчальної дисципліни	
		<i>денна форма навчання</i>	
Кількість кредитів – 2	Галузь знань 01 Освіта, 03 Гуманітарні науки	Вибіркова	
	Спеціальність 014 Середня освіта, 035 Філологія		
Індивідуальне науково-дослідне завдання (реферат, творчі завдання, презентації)	014.01 Середня освіта (Українська мова і література; 035.01 Філологія (Українська мова та література).	Рік підготовки:	
		1-й	
Загальна кількість годин: 60 год.		Семестр	
		1-й	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2	Ступінь бакалавра	Лекції	
		10 год.	
		Практичні, семінарські	
		20 год.	
		Лабораторні	
		30	
		Самостійна робота	
Вид контролю: -			

Мова навчання – українська.

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить: для денної форми навчання – 60/0 год. (100% ~ 0%).

2. Мета та завдання навчальної дисципліни та результати навчання

Мета викладання навчальної дисципліни «Іміджологія та брендинг» полягає в професійній підготовці вчителя української мови та літератури до роботи у змінних умовах сучасної школи завдяки ознайомленню із соціально-психологічними теоріями комунікації, набуттю ним знань умінь і навичок у сфері побудови та реалізації іміджевих атрибутів словесника.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Іміджологія та брендинг» є:

- засвоєння студентами-словесниками теоретико-методологічних засад педагогічної іміджології, усвідомлення суті інтегрального, цілісного, динамічного феномену педагогічного іміджу як фактору реалізації гуманістичної концепції освіти;
- оволодіння студентами філологічного факультету закономірностями, механізмами та етапами формування й трансформації позитивного індивідуального педагогічного іміджу, способами його управління та корекції;
- сформувати поняття про Я-концепцію педагога як системотворчий фактор іміджу словесника;
- сформувати в студентів-філологів потреби в рольовому моделюванні й прогнозуванні етапів педагогічної діяльності, в самопізнанні та професійному самовдосконаленні, залучити їх до творчих пошуків;
- виховати високодуховну національно свідому особистість майбутнього словесника.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти мають оволодіти такими **компетентностями**:

а) спеціально-предметними:

- орієнтуватися в різноманітні проблем сучасної іміджології ;
- знати структуру педагогічного іміджу, його складники, функції та значення;
- володіти сучасною термінологією, інструментарієм та методиками застосування педагогічної іміджології;
- засвоїти сферу комунікативної діяльності в педагогічній іміджології, зокрема елементи риторики як способи забезпечення особистісного іміджу, комунікативні маніпуляції та засоби захисту від них, способи розв'язання конфліктних ситуацій;
- володіти теоретичними аспектами самопрезентації на основі створення вербального й невербального образу педагога та використання ресурсів власної свідомості й підсвідомості;
- мати уявлення про іміджеві стратегії;
- засвоїти можливості іміджології як науки про технології особистої принадності вчителя української мови та літератури;
- критично оцінювати набутий досвід із позицій сучасних досягнень іміджологічної науки.

б) загальнопредметними:

- уміти планувати навчально-виховну роботу словесника з урахуванням технологій та інструментарію педагогічної іміджології;
- володіти методологічними основами іміджології для розв'язання конфліктних ситуацій, що виникають в педагогічному або учнівському колективах;
- удосконалювати вміння аналізувати художні твори на основі знання теоретичних засад педагогічної іміджології;
- розвивати вміння творчо створювати конспекти уроків та сценарії позакласних заходів із української літератури, виготовляти наочні посібники на основі знання оптимальних шляхів і способів формування позитивного іміджу словесника;
- формувати вміння творчо застосовувати набуті знання під час проходження шкільної практики;
- уміти цілеспрямовано підвищувати свій освітньо-професійний рівень завдяки знанням основ іміджології;
- упроваджувати рольове моделювання та прогнозування етапів діяльності в ході навчально-практичної роботи та майбутньої професійної діяльності;

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 60 год. / 2 кредити ECTS.

3. Програма навчальної дисципліни

Кредит 1. ІМІДЖ-ФАКТОР СУЧАСНОГО СВІТУ

Тема 1. Сутність поняття «імідж» та особливості вивчення іміджології. Поняття іміджу, його суть та основні ознаки. Імідж як багатозначний та нечіткий конструкт. Психологічне підґрунтя іміджу. Імідж-знайомство. Основні підходи та дефініції поняття «імідж». «Штучність» іміджу. Нематеріальність іміджу. Синтезованість явища. Імідж, образ, шарм, харизма, символ. Мета, суть і завдання іміджології. Огляд основної літератури і джерел з іміджології.

Тема 2. Класифікаційно-типологічна іміджологія. Основні типологічні групи іміджу. Загальна іміджева типологія. Класифікаційні групи і типи іміджу. Структурно-видова класифікація іміджу. Види іміджу. Структура іміджу.

Тема 3. Теоретико-прикладні основи іміджології фахівця-філолога. Предмет, об'єкт та завдання іміджології фахівця-філолога. Функції іміджології фахівця-філолога. Методологічне підґрунтя іміджології фахівця-філолога. Взаємозв'язки іміджології фахівця-філолога з іншими дисциплінами. Основні теоретичні підходи до визначення поняття «імідж». Сутнісні характеристики іміджу педагога-словесника. Імідж як компонент Я-концепції людини. Класифікації педагогічного іміджу. Функції та роль педагогічного іміджу в структурі сучасного світу. Імідж педагога-філолога як символічна структура. Вербальні й невербальні компоненти спілкування. Мовлення й зовнішній вигляд словесника у формуванні його іміджу.

Особливості знакового характеру інетики, габітусу, одягу. Основні вимоги до створення позитивного образу словесника у вітчизняному та світовому контексті. Співвідношення понять «імідж і репутація», «імідж і бренд». Перехід від іміджу до міфу, процеси зіткнення міфів. Імідж у різноманітних соціокультурних контекстах. Іміджмейкінг: сутність та основні принципи й поняття. Основні принципи роботи з іміджотвірними якістьми. Сутність теорії «перфоманса» як основи іміджмейкінгу. Теорія й практика організації іміджевих заходів: конференцій, «круглих столів», фестивалів, презентацій, церемоній відкриття, прийомів тощо.

Тема 4. Алгоритм формування іміджу словесника). Соціально-психологічні особливості формування педагогічного іміджу. Когнітивні та комунікативні закономірності процесу створення позитивного педагогічного іміджу. Стратегія й тактика формування особистого іміджу вчителя української мови й літератури. Імідж і PR: пошук ефективних методів впливу на аудиторію. Інструментарій іміджології: позиціонування, маніпулювання, міфологізація, емоціоналізація, вербалізація, деталізація, акцентування інформації, архаїзація, дистанціонування, метафоризація, дослідження громадської думки тощо. Педагогічний імідж вчителя української мови й літератури як спосіб візуальної комунікації. Особливості рекламної діяльності у створенні іміджу словесника. Стратегії формування уявлення про себе. Самопрезентація особистості вчителя-словесника, функції та види. Елементи риторики як способи забезпечення іміджу фахівця-філолога. Продуктивність невербального спілкування у формуванні іміджу майбутнього вчителя української мови та літератури. Застосування ресурсів свідомості й підсвідомості для формування педагогічного й особистого іміджу. Комунікативні маніпуляції та способи захисту від них.

Кредит 2. ПЕРСОНАЛІСТИЧНА ТА ПРОФЕСІОНАЛІСТИЧНА ІМІДЖОЛОГІЯ

Тема 1. Персональні та професіональні іміджі. Професіональні іміджі. Імідж журналіста. Імідж іміджмейкера, менеджера (креатора, дизайнера, копіратера) (спеціаліста) реклами, PR, поп-зірки. Імідж професіонала (на вибір). Персональні іміджі. Іміджі політиків. Іміджі вождів. Іміджі президентів. Іміджі прем'єрів. Іміджі депутатів. Імідж бізнесмена. Імідж лідера. Імідж ворога. Своєрідні класифікації.

Примітка. Вибір опису іміджу розподіляється викладачем спільно із студентами

Тема 2. Корпоративна іміджологія. Поняття корпоративного іміджу. Іміджеві складники організації. Структура іміджу організації. Моделювання іміджу організації. Технології формування іміджу організації. Формула іміджової комунікації. Вибір корпоративних характеристик і розповсюдження корпоративної інформації. Дослідження іміджу організації.

Тема 3. Ефективні технології побудови іміджу. Комунікативно-матрична технологія формування іміджу. Базові характеристики процесу управління іміждем. Модель іміджевого впливу Мета і завдання іміджмейкінгу. Інформаційно-маркетингова база іміджування. Індивідуально-інтегральна карта особистості. Габітарний імідж-комплекс. Вербальний імідж-

комплекс.

Інтелектуальний імідж-комплекс. Невербальний імідж-комплекс.

Тема 4. Креатив іміджевих матеріалів (об'єктів, портретів). Психологічні аспекти іміджу. Технології і техніки брендингу та іміджмейкінг. Фірмовий стиль. Бренд як комплексний код. Креатив портрета особистості: іміджограма та імідж-модуль. Слоганістика. Текст. Візуальні складові креативного іміджу. Символ (персонаж). Форми і жанри іміджевих PR та рекламних матеріалів. Мемуари як іміджеві матеріали. Особливості креативу друкованих і зображально-звукових «іміджів». Сценарій іміджевого телематеріалу.

Тема 5. Іміджмейкінг: стратегії та застосування інструментарію. Етапи формування і становлення іміджу. Застосування міждисциплінарного інструментарію. Іміджеві стратегії. Підходи до типології. Складові комунікативної стратегії. Лексика і побудова речень та періодів в іміджевих матеріалах. Політичний слоган. Подієва комунікація у контексті формування іміджу. Перформанс як просторове повідомлення. Презентація як перформанс. Скандал, епатаж.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви кредитів і тем	Кількість годин					
	усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	сп
1	2	3	4	5	6	7
Кредит 1. Імідж-фактор сучасного світу						
Тема 1. Сутність поняття «імідж» та особливості вивчення іміджології		1	2	3		
Тема 2. Класифікаційно-типологічна іміджологія		1	2	3		
Тема 3. Теоретико-прикладні основи іміджології фахівця-філолога		1	3	3		
Тема 4. Алгоритм формування іміджу словесника		2	3	4		
Всього за кредит		5	10	13		
Кредит 2. Персоналістична та професіоналістична іміджологія						
Тема 1. Персональні та професіональні іміджі.		1	2	3		
Тема 2. Корпоративна іміджологія		1	2	3		
Тема 3. Ефективні технології побудови іміджу.		1	2	3		
Тема 4. Креатив іміджевих матеріалів (об'єктів, портретів)		1	2	4		
Тема 5. Іміджмейкінг: стратегії та застосування інструментарію		1	2	4		
Всього за кредит		5	10	17		
Всього		10	20	30		

5. Теми практичних занять

№	Тема	К-сть год.
1.	Зміст та походження терміну «імідж».	5
2.	Класифікаційно-типологічна іміджологія	5

3.	Іміджмейкінг: сутність, основні принципи	5
4.	Основні закономірності побудови іміджу	5
5.	Інструментарій іміджології. Іміджеві стратегії.	5
6.	Основні засади створення іміджу країни	5
7.	Персоналістична та професіоналістична іміджологія	5
8.	Стан і тенденції розвитку іміджмейкінгу	5
9.	Іміджологія у вищих закладах освіти	5
10.	Корпоративна іміджологія	5
11.	Організація презентацій та ділових прийомів	5
12.	Сучасний діловий етикет	5
Всього		60

6. Форма підсумкового контролю успішності навчання: тестування.

7. Засоби діагностики успішності навчання: виконання практичних і контрольних робіт, складання тестів, написання повідомлень, розробка презентацій з тем.

8. Рекомендована література

- Бугрим В. В. Іміджологія / Іміджмейкінг: навчальний посібник. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. – 250 с.
- Бугрим В. В. Комунікативно-технологічні матриці побудови ефективного іміджу / В. В. Бугрим // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2007. – Т.28. – С.33-42.
- Брындына Г. Интерактивные методы обучения в процессе преподавания дисциплины «Имиджология» / Г. Брындына. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cyberleninka.ru/article/n/interaktivnyye-metody-obucheniya-v-protssesse-prepodavaniya-distipliny-imidzhelogiya>.
- Вишнякова М. Формирование имиджа компании / М. Вишнякова // В. А. Вергун. – К., 1997.
- Горчакова В. Прикладная имиджология. Серия : Высшее образование / В. Шепель. – М. : Издательство: Феникс, 2008.
- Горчакова В. Прикладная имиджология. Учебное пособие // В. Горчакова – М. : Академический проспект, 2007. – 400 с.
- Имиджология. Как нравиться людям. – М.: Народное просвещение, 2002. – 576 с.
- Квеско Р., Квеско С. Имиджология / С. Квеско, Р. Квеско. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://window.edu.ru/resource/043/75043/files/Posobie_Imidjelogy.pdf
- Ковальова І. Педагогічна іміджологія: сутність, етимологія, шляхи креативного використання у сучасному вищому навчальному закладі / І.Ковальова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/1582>
- Кошлякова М. Социальное пространство имидж / М. Кошлякова. – М. – 2014. – 197 с.
- Кошлякова М. Технологии формирования имиджа : монография. ФГОУВПО «РГУТиС» / М. Кошлякова. – М., 2008. – 128 с.
- Криксунова И. Создай свой имидж И. Криксунова. – СПб: Лань, 1997.
- Кузин Ф. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика / Ф. Кузин. – М.: Ось-89, 2002. – 512 с.
- Куцевол О. М. Теоретико-методичні основи розвитку креативності майбутніх учителів літератури : [монографія] / О. М. Куцевол. – Вінниця : Глобус-Прес, 2006. – 348 с.
- Наумова С. Имиджология : учебное пособие / С. Наумова. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://ctl.tpu.ru/files/primageup.pdf>
- Панасюк А. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / А. Панасюк. – М. : «Омега-Л», 2009.
- Перельгина Е. Закономерности формирования имиджа как феномена интерсубъективного взаимодействия Е. Перельгина. – М., 2002.
- Петрова Е. Имидж как социально-психологический феномен / Е. Петрова. – М., 2006.
- Петрова Е. Психология имиджа / Е. Петрова. – М., 2006.

20. Пехота О. Індивідуальність учителя: теорія і практика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. Пехота. – Вид. 2-е, переробл. і допов. – Миколаїв : Іліон, 2009. – 272 с.
21. Политическая имиджелогия: Монография / Под общ. науч. ред. Л.Лаптева, Е. Петровой. – М., 2006.
22. Попова М. Социальные механизмы воздействия внутрифирменных коммуникаций на состояние имиджа корпорации / М. Попова // Вест. Моск. ун-та. – Сер. 18. – 2004. – № 1.
23. Почепцов Г. Имиджелогия / Г. Почепцов. – М. : «Рефл-бук», 2006.
24. Практика в системі професійної підготовки майбутнього вчителя-словесника : Програма спецкурсу / О. Семеног. – К., Глухів : РВВ ГДПУ, 2004. – 71 с.
25. Семеног О. Професійна підготовка майбутніх учителів української мови і літератури : Монографія / О. Семеног. – Суми : Мрія-1 ЛТД, 2005. – 404 с.
26. Семеног О. Система професійної підготовки майбутніх учителів української мови і літератури (в умовах педагогічного університету) : автореф. дис. д-ра пед. наук : 13.00.04 / О. Семеног. – К. : Б.в., 2006. – 40 с.
27. Сперанська-Скарга М. Педагогічна іміджологія в контексті формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх учителів / М. Сперанська-Скарга. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://e.mail.ru/attaches-viewer/?x-email=olga.czebrik%40mail.ru&offset=0%3B9&id=1430330826000000304&_av=1430330826000000304%3B0%3B9
28. Холод А. Основы имиджелогии / А. Холод. – К., 2002.
29. Черёмушникова И. Проблема определения центрального понятия имиджелогии / И. Черёмушникова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cyberleninka.ru/article/n/problema-opredeleniya-tsentralnogo-ponyatiya-imidzhelogii>
30. Черепанова В. Введение в педагогическую имиджелогию / В. Черепанова– [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cyberleninka.ru/article/n/vvedenie-v-pedagogicheskuyu-imidzhelogiya-uchebnoe-posobie>
31. Шепель В. Имиджелогия. Секреты личного обаяния / В. Шепель. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.booksgid.com/psihologija/41174-imidzhelogija.-sekrety-lichnogo.html>
32. Шепель В. Профессия имиджмейкер. Серия : Бизнес-образование / В. Шепель. – М. : Издательство: Феникс, 2008.

МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. О. СУХОМЛИНСЬКОГО
Кафедра української мови і літератури

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри

О. С. Філатова

29 серпня 2018 р.

**ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ІМІДЖОЛОГІЯ ТА БРЕНДИНГ**

Ступінь бакалавра

Галузь знань 01 Освіта / Педагогіка

спеціальність 014 «Середня освіта»

014.01 Середня освіта (Українська мова і література)

освітня програма Українська мова і література,

Галузь знань 03 Гуманітарні науки

спеціальність 035 «Філологія»

035.01 українська мова та література

освітня програма Українська мова і література

2018-2019 н. р.

Програму розроблено та внесено: Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Гінкевич Оксана Валентинівна, старший викладач кафедри української мови і літератури, кандидат педагогічних наук.

Програму схвалено на засіданні кафедри української мови і літератури
Протокол від «29» серпня 2018 року № 1

Завідувач кафедри української мови і літератури _____ (Філатова О. С.)

«29» серпня 2018 р.

ВСТУП

Програма вивчення варіативної навчальної дисципліни «Іміджологія та брендинг» складена Гінкевич О.В. відповідно до освітньо-професійної підготовки бакалавра спеціальності 014 Середня освіта, предметна спеціалізація 014.01 (Українська мова і література), освітня програма: Редагування освітніх видань та спеціальності 035 Філологія, предметна спеціалізація 035.01 Філологія (Українська мова та література).

Предметом вивчення навчальної дисципліни є: актуальні проблеми формування й реалізації індивідуального іміджу майбутнього вчителя української мови та літератури та соціально-психологічні фактори взаємовідносин між суб'єктами освітнього процесу.

Міждисциплінарні зв'язки: іміджологія, педагогічна іміджологія, психологічна іміджологія, педагогіка, соціальна психологія, філософія, історія, естетика, культурологія, політологія, соціологія, літературознавство, мовознавство та ін.

Програма навчальної дисципліни складається з двох кредитів:

Кредит 1. Імідж-фактор сучасного світу.

Кредит 2. Персоналістична та професіоналістична іміджологія.

1. Мета і завдання навчальної дисципліни

Мета викладання навчальної дисципліни «Іміджологія та брендинг» полягає в професійній підготовці вчителя української мови та літератури до роботи у змінних умовах сучасної школи завдяки ознайомленню із соціально-психологічними теоріями комунікації, набуттю ним знань умінь і навичок у сфері побудови та реалізації іміджевих атрибутів словесника.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Іміджологія та брендинг» є:

- засвоєння студентами-словесниками теоретико-методологічних засад педагогічної іміджології, усвідомлення суті інтегрального, цілісного, динамічного феномену педагогічного іміджу як фактору реалізації гуманістичної концепції освіти;
- оволодіння студентами філологічного факультету закономірностями, механізмами та етапами формування й трансформації позитивного індивідуального педагогічного іміджу, способами його управління та корекції;
- сформулювати поняття про Я-концепцію педагога як системотворчий фактор іміджу словесника;
- сформулювати в студентів-філологів потреби в рольовому моделюванні й прогнозуванні етапів педагогічної діяльності, в самопізнанні та професійному самовдосконаленні, залучити їх до творчих пошуків;
- виховати високодуховну національно свідому особистість майбутнього словесника.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти мають оволодіти такими **компетентностями:**

а) Фахові:

- орієнтуватися в різноманітті проблем сучасної іміджології;
- знати структуру педагогічного іміджу, його складники, функції та значення;
- володіти сучасною термінологією, інструментарієм та методиками застосування педагогічної іміджології;
- засвоїти сферу комунікативної діяльності в педагогічній іміджології, зокрема елементи риторики як способи забезпечення особистісного іміджу, комунікативні маніпуляції та засоби захисту від них, способи розв'язання конфліктних ситуацій;
- володіти теоретичними аспектами самопрезентації на основі створення вербального й невербального образу педагога та використання ресурсів власної свідомості й підсвідомості;
- мати уявлення про іміджеві стратегії;
- засвоїти можливості іміджології як науки про технології особистої принадності вчителя української мови та літератури;
- критично оцінювати набутий досвід із позицій сучасних досягнень іміджологічної науки.

б) загальнопредметні:

- уміти планувати навчально-виховну роботу словесника з урахуванням технологій та інструментарію педагогічної іміджології;

- володіти методологічними основами іміджології для розв’язання конфліктних ситуацій, що виникають в педагогічному або учнівському колективах;
- удосконалювати вміння аналізувати художні твори на основі знання теоретичних засад педагогічної іміджології;
- розвивати вміння творчо створювати конспекти уроків та сценарії позакласних заходів із української літератури, виготовляти наочні посібники на основі знання оптимальних шляхів і способів формування позитивного іміджу словесника;
- формувати вміння творчо застосовувати набуті знання під час проходження шкільної практики;
- уміти цілеспрямовано підвищувати свій освітньо-професійний рівень завдяки знанням основ іміджології;
- упроваджувати рольове моделювання та прогнозування етапів діяльності в ході навчально-практичної роботи та майбутньої професійної діяльності;

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 60 год. / 2 кредити ECTS.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Кредит 1. ІМІДЖ-ФАКТОР СУЧАСНОГО СВІТУ

Тема 1. Сутність поняття «імідж» та особливості вивчення іміджології. Поняття іміджу, його суть та основні ознаки. Імідж як багатозначний та нечіткий конструкт. Психологічне підґрунтя іміджу. Імідж-знайомство. Основні підходи та дефініції поняття «імідж». «Штучність» іміджу. Нематеріальність іміджу. Синтезованість явища. Імідж, образ, шарм, харизма, символ. Мета, суть і завдання іміджології. Огляд основної літератури і джерел з іміджології.

Тема 2. Класифікаційно-типологічна іміджологія. Основні типологічні групи іміджу. Загальна іміджева типологія. Класифікаційні групи і типи іміджу. Структурно-видова класифікація іміджу. Види іміджу. Структура іміджу.

Тема 3. Теоретико-прикладні основи іміджології фахівця-філолога. Предмет, об’єкт та завдання іміджології фахівця-філолога. Функції іміджології фахівця-філолога. Методологічне підґрунтя іміджології фахівця-філолога. Взаємозв’язки іміджології фахівця-філолога з іншими дисциплінами. Основні теоретичні підходи до визначення поняття «імідж». Сутнісні характеристики іміджу педагога-словесника. Імідж як компонент Я-концепції людини. Класифікації педагогічного іміджу. Функції та роль педагогічного іміджу в структурі сучасного світу. Імідж педагога-філолога як символічна структура. Вербальні й невербальні компоненти спілкування. Мовлення й зовнішній вигляд словесника у формуванні його іміджу. Особливості знакового характеру інетики, габітусу, одягу. Основні вимоги до створення позитивного образу словесника у вітчизняному та світовому контексті. Співвідношення понять «імідж і репутація», «імідж і бренд». Перехід від іміджу до міфу, процеси зіткнення міфів. Імідж у різноманітних соціокультурних контекстах. Іміджмейкінг: сутність та основні принципи й поняття. Основні принципи роботи з іміджотвірними якостями. Сутність теорії «перфоманса» як основи іміджмейкінгу. Теорія й практика організації іміджевих заходів: конференцій, «круглих столів», фестивалів, презентацій, церемоній відкриття, прийомів тощо.

Тема 4. Алгоритм формування іміджу словесника). Соціально-психологічні особливості формування педагогічного іміджу. Когнітивні та комунікативні закономірності процесу створення позитивного педагогічного іміджу. Стратегія й тактика формування особистого іміджу вчителя української мови й літератури. Імідж і PR: пошук ефективних методів впливу на аудиторію. Інструментарій іміджології: позиціонування, маніпулювання, міфологізація, емоціоналізація, вербалізація, деталізація, акцентування інформації, архаїзація, дистанціонування, метафоризація, дослідження громадської думки тощо. Педагогічний імідж вчителя української мови й літератури як спосіб візуальної комунікації. Особливості рекламної діяльності у створенні іміджу словесника. Стратегії формування уявлення про себе. Самопрезентація особистості вчителя-словесника, функції та види. Елементи риторики як способи забезпечення іміджу фахівця-філолога. Продуктивність невербального спілкування у формуванні іміджу майбутнього вчителя української мови та літератури. Застосування ресурсів свідомості й підсвідомості для формування педагогічного й особистого іміджу. Комунікативні маніпуляції та способи захисту від них.

Кредит 2. ПЕРСОНАЛІСТИЧНА ТА ПРОФЕСІОНАЛІСТИЧНА ІМІДЖОЛОГІЯ

Тема 1. Персональні та професійні іміджі. Професійні іміджі. Імідж журналіста. Імідж іміджмейкера, менеджера (креатора, дизайнера, копірайтера) (спеціаліста) реклами, PR, поп-зірки. Імідж професіонала (на вибір). Персональні іміджі. Іміджі політиків. Іміджі вождів. Іміджі президентів. Іміджі прем'єрів. Іміджі депутатів. Імідж бізнесмена. Імідж лідера. Імідж ворога. Своєрідні класифікації.

Примітка. Вибір опису іміджу розподіляється викладачем спільно із студентами

Тема 2. Корпоративна іміджологія. Поняття корпоративного іміджу. Іміджеві складники організації. Структура іміджу організації. Моделювання іміджу організації. Технології формування іміджу організації. Формула іміджової комунікації. Вибір корпоративних характеристик і розповсюдження корпоративної інформації. Дослідження іміджу організації.

Тема 3. Ефективні технології побудови іміджу. Комунікативно-матрична технологія формування іміджу. Базові характеристики процесу управління іміджем. Модель іміджевого впливу Мета і завдання іміджмейкінгу. Інформаційно-маркетингова база іміджування. Індивідуально-інтегральна карта особистості. Габітарний імідж-комплекс. Вербальний імідж-комплекс.

Інтелектуальний імідж-комплекс. Невербальний імідж-комплекс.

Тема 4. Креатив іміджевих матеріалів (об'єктів, портретів). Психологічні аспекти іміджу. Технології і техніки брендингу та іміджмейкінг. Фірмовий стиль. Бренд як комплексний код. Креатив портрета особистості: іміджограма та імідж-модуль. Слоганістика. Текст. Візуальні складові креативного іміджу. Символ (персонаж). Форми і жанри іміджевих PR та рекламних матеріалів. Мемуари як іміджеві матеріали. Особливості креативу друкованих і зображально-звукових «іміджів». Сценарій іміджевого телематеріалу.

Тема 5. Іміджмейкінг: стратегії та застосування інструментарію. Етапи формування і становлення іміджу. Застосування іміджологічного інструментарію. Іміджеві стратегії. Підходи до типології. Складові комунікативної стратегії. Лексика і побудова речень та періодів в іміджевих матеріалах. Політичний слоган. Подієва комунікація у контексті формування іміджу. Перформанс як просторове повідомлення. Презентація як перформанс. Скандал, епатаж.

3. Рекомендована література

1. Бугрим В. В. Іміджологія/ Іміджмейкінг: навчальний посібник. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. – 250 с.
2. Бугрим В. В. Комунікативно-технологічні матриці побудови ефективного іміджу /В. В. Бугрим// Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2007. – Т.28. – С.33-42.
3. Брындина Г. Интерактивные методы обучения в процессе преподавания дисциплины «Имиджология»/ Г. Брындина. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cyberleninka.ru/article/n/interaktivnye-metody-obucheniya-v-protse-sses-prepodavaniya-distipliny-imidzheologii>.
4. Вишнякова М. Формирование имиджа компании / М. Вишнякова // В. А. Вергун. – К., 1997.
5. Горчакова В. Прикладная имиджология. Серия : Высшее образование / В. Шепель. – М. : Издательство: Феникс, 2008.
6. Горчакова В. Прикладная имиджология. Учебное пособие // В. Горчакова – М. : Академический проспект, 2007. – 400 с.
7. Имиджология. Как нравиться людям. – М.: Народное просвещение, 2002. – 576 с.
8. Квеско Р., Квеско С. Имиджология / С. Квеско, Р. Квеско. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://window.edu.ru/resource/043/75043/files/Posobie_Imidgelogy.pdf
9. Ковальова І. Педагогічна іміджологія: сутність, етимологія, шляхи креативного використання у сучасному вищому навчальному закладі / І.Ковальова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/1582>
10. Кошлякова М. Социальное пространство имидж / М. Кошлякова. – М. – 2014. – 197 с.
11. Кошлякова М. Технологии формирования имиджа : монография. ФГОУВПО «РГУТиС» / М. Кошлякова. – М., 2008. – 128 с.
12. Криксунова И. Создай свой имидж И. Криксунова. – СПб: Лань, 1997.

13. Кузин Ф. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика / Ф. Кузин. – М.: Ось-89, 2002. – 512 с.
14. Куцевол О. М. Теоретико-методичні основи розвитку креативності майбутніх учителів літератури : [монографія] / О. М. Куцевол. – Вінниця : Глобус-Прес, 2006. – 348 с.
15. Наумова С. Имиджология : учебное пособие / С. Наумова. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://ctl.tpu.ru/files/primageup.pdf>
16. Панасюк А. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / А. Панасюк. – М. : «Омега-Л», 2009.
17. Перельгина Е. Закономерности формирования имиджа как феномена интересубъективного взаимодействия Е. Перельгина. – М., 2002.
18. Петрова Е. Имидж как социально-психологический феномен / Е. Петрова. – М., 2006.
19. Петрова Е. Психология имиджа / Е. Петрова. – М., 2006.
20. Пехота О. Індивідуальність учителя: теорія і практика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. Пехота. – Вид. 2-е, переробл. і допов. – Миколаїв : Іліон, 2009. – 272 с.
21. Политическая имиджология: Монография / Под общ. науч. ред. Л.Лаптева, Е. Петровой. – М., 2006.
22. Попова М. Социальные механизмы воздействия внутрифирменных коммуникаций на состояние имиджа корпорации / М. Попова // Вест. Моск. ун-та. – Сер. 18. – 2004. – № 1.
23. Почепцов Г. Имиджология / Г. Почепцов. – М. : «Рефл-бук», 2006.
24. Практика в системі професійної підготовки майбутнього вчителя-словесника : Програма спецкурсу / О. Семеног. – К., Глухів : РВВ ГДПУ, 2004. – 71 с.
25. Семеног О. Професійна підготовка майбутніх учителів української мови і літератури : Монографія / О. Семеног. – Суми : Мрія-1 ЛТД, 2005. – 404 с.
26. Семеног О. Система професійної підготовки майбутніх учителів української мови і літератури (в умовах педагогічного університету) : автореф. дис. д-ра пед. наук : 13.00.04 / О. Семеног. – К. : Б.в., 2006. – 40 с.
27. Сперанська-Скарга М. Педагогічна іміджологія в контексті формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх учителів / М. Сперанська-Скарга. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://e.mail.ru/attaches-viewer/?x-email=olga.czebrik%40mail.ru&offset=0%3B9&id=1430330826000000304&_av=1430330826000000304%3B0%3B9
28. Холод А. Основы имиджологии / А. Холод. – К., 2002.
29. Черёмушникова И. Проблема определения центрального понятия имиджологии / И. Черёмушникова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/problema-opredeleniya-tsentralnogo-ponyatiya-imidzhologii>
30. Черепанова В. Введение в педагогическую имиджологию / В. Черепанова – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/vvedenie-v-pedagogicheskuyu-imidzhologiyu-uchebnoe-posobie>
31. Шепель В. Имиджология. Секреты личного обаяния / В. Шепель. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.booksgid.com/psihologija/41174-imidzhologija.-sekrety-lichnogo.html>
32. Шепель В. Профессия имиджмейкер. Серия : Бизнес-образование / В. Шепель. – М. : Издательство: Феникс, 2008.

Інтернет-ресурси

<http://www.advertology.ru/article41135.htm>

<http://www.bugrym.com/publications.htm>

<http://hw.net.ua/art.php?id=3311>

<http://avtorstva.ru/> - портал про створення іміджу і бренду в бізнесі.

<http://www.eventmarket.ru> – спеціалізований інформаційний портал, присвячений організації спеціальних заходів.

<http://www.vd.net.ua/> - Український діловий журнал "Власть денег".

<http://www.publicity.kiev.ua/> - спеціалізований ресурс з PR та інших комунікацій.

<http://www.4p.ru/> - ресурс про маркетинг і пов'язані з ним сфери.

<http://www.r2b.ru/> - Інформаційно-аналітичне агентство, що спеціалізується в області високих технологій.

<http://www.parlcom.ru> – Новини та аналітичні огляди діяльності органів державної влади РФ, документи, законопроекти.

<http://adme.ru> – щоденне галузеве інтернет-видання про ринок реклами, маркетингу, PR.

<http://www.prweek.com/> - онлайн-версія одного з найбільших видань про PR.