Силабус навчальної дисципліни
«Іміджологія»
Освітньо-професійної програми «Журналістика»
Галузь знань: 06 «Журналістика»
Спеціальність: 061 «Журналістика»

Рівень вищої освіти	здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП
Курс	3(третій)
Семестр	5(п'ятий)
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	4,0 кредити / 120 годин
Мова викладання	Українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Норми міжнародного етикету, правила етикетної поведінки в діловому середовищі, а також в сфері повсякденного міжособистнісного спілкування. Особливу увагу приділено нормам сучасного міжнародного бізнес-етикету, правилам дипломатичного етикету та діловій комунікації.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Навчальна дисципліна спрямована на формування всебічно розвиненої особистості для ефективної професійної діяльності у сучасних умовах глобалізації з метою підвищення ефективності співпраці.Метою викладання дисципліни є формування у студентів необхідної бази теоретичних знань та практичних навичок управління персональним, соціально-політичним та корпоративним іміджем в різних галузях суспільної діяльності.
Чому можна навчитися (результати навчання)	– володіти навичками практичного використання основних принципів та етапів формування іміджу; – розробляти, організовувати та розповсюджуваим корпоративні PR-звернення; – розробляти стратегію іміджу, репутації, бренду регіонів, товарів та послуг, особистостей тощо; – здійснювати рекламні, інформаційні та піар кампанії та заходи; – застосовувати набуті теоретичні знання в практичній діяльності.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних компетентностей: *Інтегральна компетентність* – студент здатний розв'язувати складні задачі і проблеми, що передбачає проведення досліджень і здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог, у діяльності, пов'язаній із аналізом, творенням позитивного іміджу для організації успішної ділової комунікації. *Загальні компетентності* : – уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми; – здатність працювати в команді та автономно; – здатність до адаптації та дії в новій ситуації; – здатність генерувати нові ідеї (креативність); *Фахові компетентності спеціальності* : – володіти навичками практичного використання основних принципів та етапів формування іміджу; – розробляти, організовувати та розповсюджуваим через ЗМІ

	корпоративні PR-звернення; – розробляти стратегію іміджу, репутації, бренду регіонів, товарів та послуг, особистостей тощо; – висвітлювати рекламні, інформаційні та піар кампанії та заходи; – демонструвати предметну та сучасну базу знань у сфері засобів масової інформації; – володіти розумінням напрямів та тенденцій світової й української журналістики, публіцистики; – застосовувати набуті теоретичні знання в практичній діяльності.
Навчальна логістика	Зміст дисципліни: Іміджологія в комплексі сучасних наук. Сутність , визначення та функції іміджології. Об'єкт і предмет іміджології. Рівні іміджелогії як науки. Історія та основні етапи розвитку феномену іміджу. Протоіміджеві явища у Стародавньому світі. Категорія іміджу в Середні віки. Американська, західноєвропейська й вітчизняна традиції іміджування XIX–XX століть. Імідж в структурі комунікативного простору.Імідж та його функції, типологія, структура. Визначення поняття Імідж. Імідж і міф. Міфологизація як спосіб формування іміджу. Національні особливості виникнення іміджу та міфу. Архетипи як базова основа іміджів. Внутрішній та зовнішній іміджі: особливості формування та функціонування. Інструментарій іміджології та його використання (позиціонування, аніпулювання,вербалізація, деталізація, емоціоналізація, акцентування інформації. Міфілогізація. Формат. Архаизація. Заміна цілей. Заміна сигналів, що протирічать один одному. Дистанціювання. Впровадження моделей сприйняття. Іміджмейкерство та його особливості .Іміджмейкінг і політичний консалтинг. Імідж організацій. Корпоративна культура. Етапи розробки іміджу кампанії. Персональний іміджмейкінг. Імідж особистості.Управління індивідуальним іміджем. Особливості вербальної та невербальної комунікації в контексті роботи над індивідуальним іміджем. Структурні елементи іміджу особистості. Мода та етикет у структурі іміджу. Гендерні аспекти іміджу. Створення та презентація власного Імені **(**бренду)**.** Конструювання іміджу товарів та послуг. Вивчення цільової групи споживачів. Хронотоп іміджу товару/послуги та засоби його конструювання. Політичний імідж як чинник позиціювання суб'єкта політики. Зв'язок політичної іміджології та паблік рілейшенз. Інструментарій іміджмейкерства у творенні іміджу лідера: трансформація, утрирування, переведення, позиціювання, перфоменс. Образи влади. Влада слова та слово влади. Політична міфологія в іміджмейкерстві. Імідж політика в передвиборчих перегонах. Іміджеві стратегії виборчих кампаній. Президентська іміджева комунікація. Культура парламентської мови. Мови впливу: вербальна, візуальна, міфологічна, перфомансна. Роль ЗМІ в творенні іміджу політика. ТВ-програми, ток-шоу як інструменти формування іміджу лідера. Написання і проголошення промов. Іміджеві стратегії виборчих кампаній. Президентська іміджева комунікація. Іміджеві типи лідера. Керування суспільною думкою: формування списку пріоритетів, перемикання уваги, введення нових тем і ситуацій, контрпропаганді. Імідж територій. Формування сприятливого іміджу територій. Технології створення та коригування іміджу територій. Зовнішній і внутрішній іміджі

	держави та нації. Імідж сучасної України в та історичному минулому. Причини проблематичного іміджу України: економічна й політична нестабільність, кадровий дефіцит, радянське надбання, постколоніальний синдром. Проблематика відродження національної ідентичності, культури і мови, загальної екзистенційної мотивації власної державності. Формування позитивного міжнародного іміджу української держави в інформаційному просторі. Іміджеві інформаційні кампанії. Етапи підготовки та реалізації кампаній. Імідж-стратегії впливу на масову аудиторію. Психологія сприйняття імідж-формуючої інформації. Види занять: лекції, практичні заняття, самостійна робота Методи навчання: тематичні виступи, методи тренінгу, навчальні дискусії, ділові ігри, підготовка есе. Форми навчання: денна.
Пререквізити	Навчальна дисципліна «Іміджологія» базується на знаннях таких дисциплін, як: «Вступ до спеціальності», «Ділова українська мова», «Постановка голосу», «Основи наукових досліджень», «Спічрайтинг», «Медіапсихологія», «Політологія»та ін.
Пореквізити	Навчальна дисципліна «Іміджологія» є базою для вивчення навчальних дисциплін: «Еристика», «Комунікавістика», «Медіауправління», «Паблік рілейшнз», «Міжнародна журналістика» та ін. Знання з даної дисципліни можуть бути використані при написанні кваліфікаційної роботи.
Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ	1.Богданов Е. Н., Зазыкин В. Г. Психологические основы "Паблик рилейшнз": учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – 2-е изд. – Санкт-Петербург: Питер,2004. – 204 с. 2.Бугрим В.В.Іміджологія/Іміджмейкінг: навчальний посібник/ МОН України, Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – Київ: Київський університет, 2013. – 255 с. 3. Буганова К.В. Роль ЗМІ у формуванні позитивного іміджу України.Головний документ: Наука і молодь. Гуманітарна серія: збірник наукових праць/ МОН; Національний авіаційний університет; Кулик М. С., ред. – Київ,2010. – Вип. 10 С. 68-71 4.Палеха Ю.І. Іміджологія; Навчальний посібник. – Київ: Видавництво Європейського університету. 2005. – 324 с. 5. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер.- Киев. = 1998. - 256 с. 6. Почепцов Г. Г.Имиджелогия. – 4-е испр. и доп. – Киев-Москва: Рефл-бук; Ваклер,2004. – 576 с. 7.Сухорольська І. Ю., Турчин Я. Б. Громадська дипломатія та демократичний імідж держави: монографія/ МОН України, Національний університет "Львівська політехніка". – Львів: Вид-во Тараса Сороки,2019. – 272 с. 8. Личова Г. В. Формування позитивного міжнародного іміджу України: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук: 08.00.02/ Дніпропетровський університет економіки і права. – Дніпропетровськ,2010. – 19 с. 9. Качинська Н.О. Законодавчі засади іміджевої політики держави: український досвід. Головний документ: Наука і молодь. Гуманітарна серія: збірник наукових праць/ МОН; Національний авіаційний університет; Кулик М. С., ред. – Київ,2010. – Вип. 10 С. 84-87. 10. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: монографія/ МОН

	України.Головний документ: "ABIA-2007", міжнародна науково-технічна конференція (8; 2007; Київ) Матеріали VIII міжнародної науково-технічної конференції "ABIA-2007", 25-27 квітня 2007 року – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця,2009. – Т. 3 145 с.	
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторний фонд Факультету лінгвістики та соціальних комунікацій (8 корпус), навчальна лабораторія кафедри журналістики, яка оснащена сучасною комп'ютерною технікою та обладнанням для проведення лекційних і практичних занять.	
Семестровий контроль	Диф.залік, письмово.	
Кафедра	реклами і зв'язків з громадськістю	
Факультет	лінгвістики та соціальних комунікацій	
Викладач(і)		**Кулинич Олександра Іванівна** **Посада:** доцент кафедри реклами і зв'язків з громадськістю Факультету міжнародних відносин НАУ **Науковий ступінь:** кандидат історичних наук **Вчене звання:** **Профайл викладача:** https://scholar.google.com.ua/citations?hl=ru&user=cM03aMsAAAAJ&view_op=list_works&gmla=AJsN-F4qVO71a7slJtGIBFv9c3DtdCO2n0UlxRUOqQtMPD8GrD3SdCXrNxxm4JlpeWR-_djbmUozukduyg_OiFbRyCUoEgcjlZiw_chgez7gddWx18FIkhQOLVTF2texzXHrYmMP2rP0X2IgKPgRAoCkJNTRRXZVgQ https://access.publons.com/login?app=publons&loginId=kulynychlesya@nau.edu.ua https://publons.com/researcher/3243572// https://orcid.org/0000-0002-2141-8903 **Тел.:** 406-77-85 **E-mail:** oleksandra.kulynych@npp.nau.edu.ua **Робоче місце:** 7.216
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс	
Лінк на дисципліну	Код доступу Google клас	