

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет психології

Кафедра соціальної психології

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ПСИХОЛОГІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ІМІДЖМЕЙКІНГУ ТА ПІАРУ**

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Освітня програма «Психологія», «Реабілітаційна психологія»

Спеціальність 053 Психологія

Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки

Затверджено на засіданні кафедри
соціальної психології
Протокол № 1 від «30» серпня 2023 р.

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Психологічні технології іміджмейкінгу та піару
Викладач (і)	Гринчук Олександра Іванівна
Контактний телефон викладача	
E-mail викладача	oleksandra.hrnychuk@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний/заочний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/1822d8bb67eb178719ad
Консультації	Згідно графіка консультацій

2. Анотація до навчальної дисципліни

Курс «Психологічні технології іміджмейкінгу та піару» є авторським курсом, в якому вдало поєднано теоретичні напрацювання та прикладний аспект набуття психологами компетентностей у сфері іміджмейкінгу та піару. Дана сфера активно розвивається в сучасному світі, без піару та формування іміджу складно уявити будь яку професійну діяльність фахівця чи компанії.

3. Мета та цілі навчальної дисципліни

Мета курсу – сформувати у студентів систему знань та професійних компетентностей в сфері іміджмейкінгу: технологій та технік побудови іміджу (суб'єкта, товару, послуги), створення іміджу в особистій та діловій сфері, здатність застосовувати іміджмейкінгові та піар технології у професійній діяльності.

Основні цілі курсу: розкриття основних принципів, механізмів, чинників, технологій та технік іміджмейкінгу, оволодіння структурою персонального іміджу, особливостями моделювання ділового іміджу суб'єкта, формування компетентностей побудови, корекції та просування іміджу, розроблення імідж-карти суб'єкта іміджування, формування компетентностей практичної діяльності психолога щодо застосування технологій та технік іміджмейкінгу у сфері психології, професійній діяльності, самоіміджуванні й самопіарі.

4. Програмні компетентності та результати навчання

Загальні компетентності:

ЗК1. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Навички міжособистісної взаємодії, володіння соціально-психологічними механізмами взаєморозуміння і взаємовпливу.

Фахові компетентності:

СК3. Здатність до розуміння природи поведінки, діяльності та вчинків.

СК11. Здатність до особистісного та професійного самовдосконалення, навчання та саморозвитку.

Програмні результати навчання:

ПР1. Аналізувати та пояснювати психічні явища, ідентифікувати психологічні проблеми та

пропонувати шляхи її розв'язання.

ПР13. Взаємодіяти, вступати в комунікацію, бути зрозумілим, толерантно ставитись до осіб, які мають інші культуральні чи гендерно-вікові відмінності.

ПР15. Виявляти і вирішувати соціально-психологічні проблеми особистості у великих і малих групах.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни		
Вид заняття	Загальна кількість годин	
	Очна форма	Заочна форма
лекції	16	6
семінарські заняття / практичні / лабораторні	18	4
самостійна робота	56	80

Ознаки навчальної дисципліни			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
7 семестр	053 Психологія	4 курс	Вибірковий

Тематика навчальної дисципліни			
Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу. Роль і значення іміджу в сучасному діловому світі. Іміджологія в системі наук. Співвідношення змісту понять: імідж, іміджмейкінг, іміджологія, іміджмейкер, паблік рілейшинз, піар. Функції іміджу (ціннісні, технологічні, світоглядні). Класифікації іміджів (за рівнем систематизації, за функціональним підходом (Г.Почепцов, Ф.Джефрінс), за політичною іміджологією (А.Панасюк, Г.Почепцов, В.Шепель)).	2	2	6

<p>Тема 2. Технологічний інструментарій формування іміджу. Основні чинники побудови іміджу. Психологічні механізми формування іміджу (фасцинація, атракція, міжособистісна перцепція). Психолого-педагогічні та імідж формуючі принципи іміджмейкінгу. Форми процесу іміджування (групова та індивідуальна). Психологічний інструментарій іміджології (позиціонування, маніпуляція, емоціоналізація, деталізація, метафоризація, вербалізація, візуалізація, дистанціювання, акцентування інформації, опитування громадської думки, впровадження моделей сприйняття, нейролінгвістичне програмування).</p>	4	2	10
<p>Тема 3. Технології та техніки формування іміджу. Провідні організаційні технології формування іміджу. Поняття психотехнології та психотехніки у іміджології. Психологічні технології формування іміджу (психотехнологія імітації підсвідомої іміджформуючої інформації, психотехнологія формування довіри аудиторії іміджу до опосередкованого джерела інформації, психотехнологія впливу на підсвідомість). Основні психотехніки іміджмейкінгу (психотехніки блокування негативної імідж формуючої інформації, психотехніки відсторонення від конкурента, психотехніки імітації підсвідомої імідж формуючої інформації, психотехніки формування довіри аудиторії іміджу до опосередкованого джерела інформації, психотехніки впливу на підсвідомість членів аудиторії іміджу (безпосереднього (техніка гіпнозу, техніка субсенсорного сприйняття (ефект 25 кадру)) та опосередкованого (техніка НЛП)).</p>	4	2	5
<p>Тема 4. Технології управління особистісним іміджем. Структура особистісного іміджу. Глибинні характеристики особистісного іміджу. Поняття та характерологічні риси харизматичного іміджу. Стратегії управління особистісним іміджем. Техніки створення ефективного імідж-образу. Технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу. Психологічні особливості кінетичного іміджу. Особливості формування вербального іміджу. Вибір</p>	4	6	15

моделі поведінки. Створення індивідуального стилю.			
Тема 5. Особливості формування ділового іміджу. Поняття ділового іміджу. Основні риси та чинники його формування. Етапи формування ділового іміджу. Концептуальна модель ділового іміджу. Особливості середовища спілкування та контексту діяльності. Психологічні засади самопрезентації. Рівні самопрезентації. Способи самопрезентації.	2	6	20
ЗАГ.:	16	18	56

6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання навчальної дисципліни	<p>Для студентів очної форми навчання: Максимальна кількість балів яку студент може набрати протягом семестру – 100. З них: Семінарські заняття – 15 балів Практичні завдання – 50 балів Тестування по лекціях (5 тестів по 3 бали за кожен) – 15 балів Підсумкове тестування – 20 балів</p> <p>Для студентів заочної форми навчання та студентів, що мають індивідуальний графік навчання: Максимальна кількість балів яку студент може набрати протягом семестру -100. З них: Практичні завдання – 55 балів Тестування по лекціях (5 тестів по 5 балів за кожен) – 25 балів Підсумкове тестування – 20 балів</p> <p>Підсумкове тестування по курсу (контрольну роботу) студенти проходять онлайн в системі дистанційного навчання.</p> <p>Критерії оцінювання підсумкового тесту: тест містить 20 запитань закритої форми; максимальний бал для очної форми – 20 балів, для заочної форми – 20 балів. Набрана студентом кількість балів за підсумковий тест залежить від кількості правильних відповідей.</p>
Вимоги до письмових робіт	<p>Практичні завдання виконуються студентами в письмовій формі і здаються викладачу на наступному практичному занятті.</p> <p>Практичне завдання 1. Формування та аналіз особистого та професійного профілю (термін виконання завдання для очної форми відповідає терміну проведення наступного практичного заняття; для заочної форми до початку сесії).</p>

Критерії оцінювання практичного завдання 1:

9-10 балів (відмінно) – завдання виконано студентом в повному обсязі відповідно до запропонованих на практичному занятті позицій складання та аналізу особистого та професійного профілю. Графічно побудовані профілі (особистий та професійний). Зроблені ґрунтовні висновки про сильні та слабкі, основні та другорядні сторони особистості та фахівця. Виконане завдання відображає здатність студента аналізувати діяльність фахівця, виокремлювати основні та другорядні функції. Виконана та вчасно здана письмова робота.

7-8 балів (добре) – завдання виконано студентом в повному обсязі відповідно до запропонованих на практичному занятті позицій складання та аналізу особистого та професійного профілю. Графічно побудовані профілі (особистий та професійний). Зроблені не повні (часткові, фрагментарні, необґрунтовані) висновки про сильні та слабкі, основні та другорядні сторони особистості та фахівця. Виконане завдання відображає здатність студента аналізувати діяльність фахівця, виокремлювати основні та другорядні функції. Виконана та (можливо) не вчасно здана письмова робота.

5-6 балів (задовільно) – завдання виконано не в повному обсязі, або не відповідно до запропонованих на практичному занятті позицій складання та аналізу особистого та професійного профілю. Прослідковується порушення запропонованої схеми, відсутність окремих складових (або студент скопіював чужий профіль). Зроблені не повні (часткові, фрагментарні, необґрунтовані) висновки про сильні та слабкі, основні та другорядні сторони особистості та фахівця. Студент не здатен аналізувати діяльність фахівця. Робота здана не вчасно.

3-4 бали (незадовільно) – завдання не відображає складання та аналізу особистого та професійного профілю. Відсутні графічно побудовані профілі. Подана інформація не відповідає суті завдання. Можливі усні доповнення до виконаного завдання. Робота здана не вчасно (або відсутня).

1-2 бали (незадовільно) – завдання практично не виконано. Особистий та професійний профілю не побудований. Графічні профілі відсутні (особистий та професійний) Робота відсутня. Можливі усні доповнення та коментарі щодо поставленого завдання.

0 балів – завдання відсутнє.

Практичне завдання 2.**Розробка імідж-карти**

(термін виконання завдання для очної форми відповідає терміну проведення наступного практичного заняття; для

заочної форми до початку сесії).

Критерії оцінювання практичного завдання 2:

17-20 балів (відмінно) – розроблена імідж-карта суб'єкта іміджування, яка включає в себе усі необхідні етапи та елементи згідно запропонованого взірця; відповідно до отриманих результатів імідж-карти, здійснено підбір технологій та технік формування іміджу. Зроблені ґрунтовні висновки про особливості суб'єкта іміджування та специфіку іміджмейкінгу. Виконана, оформлена та вчасно здана письмова робота.

13-16 бали (добре) – розроблена імідж-карта суб'єкта іміджування, яка включає в себе усі необхідні етапи та елементи згідно запропонованого взірця; відповідно до отриманих результатів імідж-карти, здійснено підбір технологій та технік формування іміджу (можлива наявність певних неточностей). Зроблені ґрунтовні висновки про особливості суб'єкта іміджування та специфіку іміджмейкінгу (можлива нечіткість висновків). Виконана, оформлена та вчасно здана письмова робота.

9-12 балів (задовільно) – завдання виконано не в повному обсязі, виконана лише частина завдань. Прослідковуються істотні помилки або відсутність окремих частин завдання. Завдання не зовсім відповідає запропонованому взірцю. Зроблені ґрунтовні висновки про особливості суб'єкта іміджування та специфіку іміджмейкінгу (можлива нечіткість висновків, фрагментарність, необґрунтованість). Виконана, частково оформлена та не вчасно здана письмова робота.

5-8 балів (незадовільно) – виконана лише якась частина завдання (діагностична, не дібрані технології та техніки формування іміджу, відсутні частина позицій імідж-карти). Завдання не відповідає запропонованому взірцю. Висновки відсутні або ж фрагментарні, не чіткі. Частково оформлена та не вчасно здана письмова робота (або ж відсутня). Можливі усні доповнення до виконаного завдання.

1-4 бали (незадовільно) – завдання практично не виконано, складається з окремих малозмістовних тез, які за своїм змістом не відображають суті завдання.

0 балів – завдання відсутнє.

Практичне завдання 3.

Самопрезентація себе як фахівця (у формі презентації та виступу)

(термін виконання завдання для очної форми відповідає терміну проведення наступного практичного заняття; для заочної форми до початку сесії).

Критерії оцінювання практичного завдання 3:

	<p>17-20 балів (відмінно) – розроблена презентація щодо самопрезентації себе як фахівця (психолога), яка максимально базується на знаннях з курсу (особистому та професійному профілі, імідж – карті, застосуванням технологій та технік іміджмейкінгу та піару). Використано креативні методи і технології подачі інформації. Актуалізовані міждисциплінарні зв'язки. Виконана, оформлена та вчасно презентована робота.</p> <p>13-16 бали (добре) – розроблена презентація щодо самопрезентації себе як фахівця (психолога), яка частково базується на знаннях з курсу (особистому та професійному профілі, імідж – карті, застосуванням технологій та технік іміджмейкінгу та піару). Не всі наявні у студента дані використано для само презентації. Використано креативні методи і технології подачі інформації. Можливо не актуалізовані міждисциплінарні зв'язки. Виконана, оформлена та вчасно презентована робота.</p> <p>9-12 балів (задовільно) – завдання виконано не в повному обсязі, розроблена презентація щодо самопрезентації себе як фахівця (психолога), яка мало базується на знаннях з курсу (особистому та професійному профілі, імідж – карті, застосуванням технологій та технік іміджмейкінгу та піару). Використано мало креативних методів і технологій подачі інформації. Можливо не актуалізовані міждисциплінарні зв'язки. Частково виконана, частково оформлена та не вчасно презентована робота.</p> <p>5-8 балів (незадовільно) – виконана лише якась частина завдання, яка мало базується на знаннях з курсу (особистому та професійному профілі, імідж – карті, застосуванням технологій та технік іміджмейкінгу та піару). Не використано креативних методів і технологій подачі інформації. Не актуалізовані міждисциплінарні зв'язки. Наявні окремі фрагменти презентації, не вчасно здана робота (або ж відсутня). Можливі усні доповнення до виконаного завдання.</p> <p>1-4 бали (незадовільно) – завдання практично не виконано, складається з окремих малозмістовних фрагментів, які за своїм змістом не відображають суті завдання.</p> <p>0 балів – завдання відсутнє.</p>
Семінарські заняття	<p>За відповіді на семінарських заняття студенти можуть набрати 10 балів (по 5 балів за заняття/ тобто 2 оцінки).</p> <p>Критерії оцінювання усних відповідей студентів. В основу системи оцінювання знань студентів із навчальної дисципліни «Гендерна психологія» закладені наступні критерії:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) повнота знань – вичерпна достатність у відтворенні

	<p>інформації щодо змісту навчальної дисципліни;</p> <p>2) адекватність знань – їх правильність, відповідність теоретико-методологічним основам гендерної психології;</p> <p>3) усвідомленість (осмисленість) знань – розуміння смислу інформації з навчальної дисципліни та вміння її вербалізувати.</p> <p>Виходячи з цього, оцінка «відмінно» ставиться за наявність у студента вичерпних і правильних знань щодо головних проблем гендерної психології, розгляду яких були присвячені лекційні та семінарські заняття. При цьому знання повинні бути осмисленими, що проявляється у повноті та адекватності їх пояснення.</p> <p>Оцінка «добре» ставиться за наявність у студента знань щодо більшості тем навчальної дисципліни, які передбачені навчальною програмою. При цьому знання характеризуються адекватністю, але є частково усвідомленими (студент по формі відповідає правильно, а пояснити смисл може не завжди).</p> <p>Оцінка «задовільно» ставиться за наявність у студента фрагментарних знань навчальної дисципліни, які при цьому не завжди точно ним розуміються і недостатньо повно вербалізуються.</p> <p>Оцінка «незадовільно» ставиться за відсутність у студента знань щодо головних проблем гендерної психології або ж за наявність часткових знань, які він неправильно розуміє і неправильно трактує.</p>
<p>Умови допуску до підсумкового контролю</p>	<p>Залік виставляється студенту (очної форми) за умови виконання всіх завдань: наявності усних відповідей на семінарських заняттях, пройденого підсумкового тесту та 5 тестів по темах лекцій, виконання 3 практичних завдань. Мінімальний набраний студентом бал для складання заліку становить 50 балів.</p> <p>Залік виставляється студент (заочної форми) за умови виконання всіх завдань: пройденого підсумкового тесту та 5 тестів по темах лекцій, виконання 3 практичних завдань. Мінімальний набраний студентом бал для складання заліку становить 50 балів.</p>
<p>Підсумковий контроль</p>	<p>Форма підсумкового контролю – залік.</p> <p>Форма здачі заліку – за результатами виконання завдань курсу.</p> <p>Оцінюється залік у 100 балів.</p>

7. Політика навчальної дисципліни

Студент повинен виконати всі передбачені курсом види робіт. За умови відсутності на занятті (чи заняттях) студент повинен ліквідувати заборгованість та виконати усі завдання по курсу. Однак, якщо відсутність була без поважних причин, студент втрачає можливість отримати бали за усні відповіді. Якщо до останнього заняття студент не ліквідував

заборгованість і не набрав мінімум 50 балів, він не отримує заліку з дисципліни. Проте, згідно Положення про навчальний процес він матиме змогу перездати курс за талоном 2 або 3, за умови здачі усіх передбачених курсом видів робіт. За умови пропуску студентом усього курсу він буде спрямований на повторне вивчення курсу. Якщо студент при виконання практичних завдань не дотримується академічної доброчесності, такі завдання йому не зараховуються.

8. Рекомендована література

1. Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна», 2008.— 217 с.
2. Болотова В.О. Іміджологія: текст лекцій для студентів спеціальностей 054 «Соціологія», 061 «Журналістика» / В. О. Болотова, Н. О. Ляшенко, К. А. Агаларова – Харків : НТУ «ХП», 2021. – 150 с.
3. Бондаренко І.С. Іміджологія: Психологія іміджу: навчально-методичний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». – Запоріжжя: ЗНУ, 2014. – 122 с. Іміджологія: Навч.посібник / За заг.ред. З.І.Тимошенко. – К.: Вид-во Європ. у-ту, 2005. – 324с.
4. Бондаренко І. С. Іміджологія: Імідж особистості: навчально-методичний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». – Запоріжжя: ЗНУ, 2014. – 162 с.
5. Бондаренко І.С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії: монографія / І. С. Бондаренко. – Запоріжжя, 2016. – 305 с.
6. Гринчук О., Назарійчук Н.Формування іміджу майбутнього психолога: програма психологічного тренінгу. Івано-Франківськ: СІМІК, 2020. 60 с.
7. Хавкіна Л. М. Іміджологія: навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» / Л. М. Хавкіна. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 64 с.
8. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»]. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 111 с.

Гринчук Олександра Іванівна (кандидат психологічних наук, доцент)