



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ПСИХОЛОГІЯ ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ»

Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Освітньо-професійна програма	«Психологія»
Факультет	педагогічний
Кафедра	Психології
Семестр	7
Кількість кредитів	5
Мова викладання	українська

Викладач	ст.вickl. Дерев'янку Наталія Зиновіївна
Контактна інформація	rudka.natali@ukr.net

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація	«Психологія іміджу організації» є складовою частиною дисциплін психологічного циклу варіативного блоку. Її вивчення передбачає розв'язання низки завдань, зокрема: опанування системою знань про закономірності процесу функціонування іміджу, як складного соціально-психологічного утворення та усвідомлення принципів створення власного іміджу як організаційного психолога; формування уявлення про психічне та психологічне підґрунтя іміджу як активного і дійового суб'єктивного образу; розширення світоглядного і професійного горизонту, в результаті ознайомлення із закономірностями та особливостями створення та функціонування іміджу; ознайомлення зі структурними компонентами, які формують імідж організації та їх взаємозв'язком; набуття студентами навичок створення та корегування власного іміджу відповідно власних психічних властивостей та поставленої мети.
Мета та цілі	Основною метою курсу «Психологія іміджу організації» є розкрити за допомогою лекційних та семінарських занять закономірності створення та функціонування іміджу організації, як складного соціально-психологічного феномену.
Результати навчання	Здійснювати пошук, опрацювання та аналіз професійно важливих знань із різних джерел із використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Ідентифікувати ступінь складності завдань діяльності та приймати рішення про перескерування, звернення за допомогою або підвищення кваліфікації.
Soft skills: соціально-	Навички комунікації, лідерство, здатність брати на себе відповідальність і працювати в критичних умовах, вміння злагоджувати конфлікти, працювати в команді, управляти своїм часом, розуміння важливості дедлайнів,

психологічні аспекти професійної компетентності, що відповідають заявленим цілям програми

здатність логічно і системно мислити, креативність та інше.

Пререквізити

-

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	План, короткі тези	Завдання
Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу	Імідж та його природа. Іміджологія в комплексі наук .Типізація іміджу. Поліфункціональність іміджу. Імідж як міфологічний архетип.	Тести, питання
Тема 2. Іміджмейкерство та його особливості	Іміджмейкинг. Психологічні аспекти створення образу в іміджмейкерстві. Корпоративна культура та її вплив на розвиток організації. Методи формування, реалізації, корегування іміджу організації	Тести, питання Створення власної візитівки
Тема 3. Технології управління особистісним іміджем	Анатомія особистісного іміджу. Структура особистісного іміджу. Глибинні характеристики іміджу. Психологічні передумови формування ділового іміджу. Розходження та подібність у діловому іміджі	Тести, питання
Тема 4. Побудова ефективного іміджу	Стратегії управління особистісним іміджем. Техніки створення ефективного іміджобразу. Технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу. Створення індивідуального. Використання символів під час створення іміджу	Тести, питання
Тема 5. Особливості створення ділового іміджу	Імідж ділового чоловіка у сучасному світі . Види одягу й взуття для ділового чоловіка. Поєднання кольорів у чоловічому одязі. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду чоловіка . Імідж ділової жінки у сучасному світі. Види одягу і взуття для ділової жінки. Поєднання кольорів у жіночому одязі. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду жінки	Тести, питання Робота з психотехнікою «Я через 5 років»
Тема 6. Сутність, види та формування психологічного іміджу організації	Об'єкти формування іміджу. Основні елементи психологічного іміджу. Процес управління корпоративним іміджем. Основні етапи формування психологічного іміджу організації.	Тести, питання

ЛІТЕРАТУРА ТА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

1. Перельгіна Е.Б. Психология имиджа: Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2002. 223 с.
2. Ивлева Э.К. Имидж и управление: (Рабочая кн. руководителя). Новосибирск, 1999. 115с.
3. Шепель В.М. Имиджология. Как нравиться людям. М., 2002.
4. Почепцов Г.Г. Имиджология. 2-е изд., испр. и доп. М., 2001. 698с.
5. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. СПб.: Алетейя, 2001. 256 с.
6. Джи Б. Имидж фирмы: Планирование, формирование, продвижение (Теория и практика

менеджмента): пер. с англ. СПб. и др., 2000. 221 с.

7. Морган Г. Имиджи организации: Восемь моделей организационного развития: пер. с англ. М.: Вершина, 2006. 414 с.

8. Панасюк А.Ю. Имидж: энцикл. слов. М.: РИПОЛ классик, 2007. 767 с.

9. Прохоровська С., Возна Ю. Формування іміджу організації. 2020.
<http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/38661/1/154.pdf>

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Загальна політика	Здобувач освіти зобов'язаний відвідувати всі заняття згідно розкладу, не спізнюватися. Дотримуватися етики поведінки. Працювати з навчальною літературою, з літературою на електронних носіях і в Інтернеті. При пропуску лекційних занять проводиться усна співбесіда за темою. Відпрацьовувати практичні заняття. Виконати індивідуальне завдання.
Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
Політика щодо академічної доброчесності	Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

ОЦІНЮВАННЯ

Нарахування балів

Види оцінювання	Бали
Змістовий модуль 1 (теми 1-6), індивідуальна та самостійна робота	60
Підсумковий контроль (теми 1-6)– екзамен	40

Розподіл балів для оцінювання успішності студентів

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни