

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет будівництва і архітектури

ІМІДЖЕЛОГІЯ

Методичні вказівки
до вивчення курсу
для студентів спеціальності 051 «Економіка»,
галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Київ 2024

УДК 7.012.185(075.4)

I-52

Укладач Р.А. Калениченко, канд. психол. наук, доцент

Рецензент М.В. Руденко, канд. пед. наук, доцент

Відповідальний за випуск К.І. Почка, д-р техн. наук, професор

*Затверджено на засіданні кафедри професійної освіти,
протокол № 4 від 19 жовтня 2023 року.*

В авторській редакції.

Іміджологія : методичні вказівки / уклад. : Р.А. Калениченко. –
I-52 Київ : КНУБА, 2024. – 20 с.

Розглянуто вимоги до підготовки до практичних занять та самостійної підготовки, змістовні модулі, ключові слова тем, література для самостійної підготовки, а також вимоги до написання і оформлення індивідуальних робіт (рефератів).

Призначено для студентів спеціальності 051 «Економіка», галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки».

© КНУБА, 2024

Загальні положення

Метою навчальної дисципліни «Іміджелогія» є дання студентам ширшого уявлення про основні соціально-психологічні проблеми, пов'язані з таким явищем, як імідж, в різних його аспектах, одержуючи практичну реалізацію в сучасній соціальній практиці, а також про існуючі або можливі наукові підходи до розв'язання цих проблем.

Вивчення дисципліни проводиться після засвоєння курсів «Психологія», «Конфліктологія і психологія управління».

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми **студенти повинні:**

Знати:

- 1) поняття «іміджу» як складової сучасної цивілізації у структурі світу;
- 2) особливості індивідуального, групового, предметного та корпоративного іміджу;
- 3) інструментарій іміджелогії;
- 4) особливості управління іміджем.

Вміти:

- 1) організовувати та здійснювати професійну комунікацію в інтересах ефективного розв'язання проблем формування іміджу;
- 2) управляти корпоративною інформацією на основі сучасних комунікативних технологій;
- 3) використовувати інструменти іміджелогії для вирішення конкретних завдань;
- 4) застосовувати інструменти іміджелогії у конкретних ситуаціях.

Вивчення навчального матеріалу передбачає активну самостійну роботу студентів, у тому числі під керівництвом викладача. Її результати контролюються і оцінюються під час практичних занять.

Під час вивчення навчальної дисципліни застосовуються такі форми навчання: практичні заняття, а також самостійна робота студентів.

Навчальна програма складається з двох змістовних модулів: «Теоретична іміджелогія» та «Практична іміджелогія», які разом включають 6 практичних занять.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДГОТОВКИ І ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття (п. з.) – це форма навчального заняття, під час якого педагог організує детальний розгляд студентами окремих теоретичних положень навчального предмету й формує в них уміння та навички їх практичного застосування шляхом індивідуального практичного виконання відповідно сформульованих завдань. П. з. можуть існувати у виді спеціальних, технічних і ряду інших. Особливе та надзвичайно важливе місце серед них посідають спеціальні заняття, які безпосередньо формують, розвивають і вдосконалюють майстерність. П. з. проводяться із використанням сучасних інноваційних та інтерактивних методів, а саме: рольових ігор, педагогічної практики, мозкового штурму, стажування, лабораторних робіт, тренування, що передбачають глибоку, всебічну і різноманітну підготовку учасників, уміння здійснити складні розумові дії та вимагають від них значних емоційно-вольових зусиль.

Більш якісному проведенню практичних занять сприяє методично правильно проведений інструктаж – короткі, лаконічні та чіткі вказівки науково-педагогічного працівника щодо виконання тих чи інших дій. Він, як правило, передує проведенню різних вправ, практичних робіт і характеризується дуже стислою формою викладання вказівок про місце, час і послідовність виконання певних практичних дій.

Інструктаж є важливою складовою забезпечення високого рівня проведення заняття, тому вимагає відповідної змістовної та методичної підготовленості. Для якісного проведення інструктажу, виходячи з передового педагогічного досвіду, можна запропонувати такий алгоритм дій:

- чітке формулювання теми, мети та послідовності інструктажу;
- визначення правил, методів, прийомів, способів, засобів проведення даного заняття, всебічне обґрунтування методики його організації;
- визначення критеріїв оцінки опанування суб'єктами учіння відповідних знань, навичок та умінь;
- нагадування теоретичних основ практичних дій: докладне пояснення запланованих навчальних дій, які буде виконувати суб'єкт учіння, використовуючи водночас відповідні засоби наочності;
- визначення найбільш ефективних і оптимальних способів та прийомів реалізації навчальних дій і завдань (бажано демонструвати їх певними дидактичними прийомами та засобами показу);
- ознайомлення студентів з тими педагогічними ситуаціями та предметами, які будуть використовуватися під час занять;

- показ моделі певних дій;
- перевірка правильного розуміння мети, сутності й ролі заняття і моделі та методів їх реалізації;
- уточнення питань, які можуть викликати певні труднощі під час проведення практичних занять;
- перевірка глибини сприйняття і способів виконання основних елементів дій суб'єктами учіння, зазначення причин і характеру помилок, які найчастіше мають місце під час проведення цього заняття, та способів їх уникнення;
- доведення до свідомості студентів заходів безпеки, яких вони повинні дотримуватися під час заняття;
- надання допомоги студентам у виборі літератури, наочних матеріалів, матеріальної бази та способів їх використання;
- зазначення місця, змісту, методу та форми самостійної праці над проблемами майбутнього заняття.

Практичне заняття включає проведення попереднього контролю знань, умінь і навичок тих, хто навчається, постановку загальної проблеми викладачем та її обговорення, розв'язування контрольних завдань, їх перевірку і оцінювання.

Під час проведення практичного заняття навчальна група за необхідності може ділитися на підгрупи.

ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ З КУРСУ «ІМІДЖЕЛОГІЯ»

Змістовний модуль 1. Теоретична іміджологія

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 1. Імідж як складова сучасної цивілізації. (2 год)

Теоретичні питання

1. Імідж з погляду загальної психології.
2. Імідж з погляду іміджології та соціальної психології.
3. Імідж як складова сучасної цивілізації у структурі світу.
4. Стратегія управління корпоративною інформацією на основі сучасних комунікативних технологій.

Список літератури

1. Барна Н. В. Іміджологія : навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. – Київ : Університет «Україна», 2008. – 217 с.
2. Калениченко Р.А. Іміджологія сучасного телерадіоведучого : навч. посіб. – Київ : КиМУ, 2007. –106 с.
3. Калениченко Р.А. Психологія іміджу: навч. посіб. – Київ : КиМУ, 2008. – 102 с.
4. Пантелейчук І. Формування позитивного іміджу органів державної влади : теорія, методологія, практика : монографія. Київ : Альтерпрес, 2011. 316 с.
5. Почепцов Г. Г. Іміджологія : підручник. – Київ : Ваклер, 2000. – 768 с.

Основні поняття

Імідж, психологічні компоненти іміджу, іміджологія, комунікативні технології.

Завдання для самопідготовки

1. Ознайомтеся з іміджем як складовою сучасної цивілізації у структурі світу.

Методичний практикум

1. Дослідити, чим розуміння іміджу відрізняється з погляду загальної психології, соціальної психології та іміджології.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 2. Різновиди іміджу (2 год)

Теоретичні питання

1. Іміджі політиків, поп-зірок.
2. Іміджі організації, бізнесу.
3. Іміджі країн.
4. Індивідуальний та груповий іміджі.
5. Предметний та корпоративний іміджі.

Список літератури

1. Барна Н. В. Іміджологія : навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. – Київ : Університет «Україна», 2008. – 217 с.
2. Калениченко Р.А. Іміджологія сучасного телерадіоведучого : навч. посіб. – Київ : КиМУ, 2007. –106 с.
3. Калениченко Р.А. Психологія іміджу : навч. посіб. – Київ : КиМУ, 2008. – 102 с.
4. Конфліктологія і психологія управління : навч. посібник / Р.А. Калениченко; А.С. Коханець. – Київ : Компринт, 2021. – 167 с.
5. Основи соціальної психології : підручник для закладів вищої освіти / П. П. Горностай, М. М. Слюсаревський, В. О. Татенко, Т. М. Титаренко, Н. В. Хазратова та ін.; за ред. М. М. Слюсаревського. Київ : Талком, 2018. 580 с.
6. Почепцов Г. Г. Іміджологія : підручник. – Київ : Ваклер, 2000. – 768 с.

Основні поняття

Імідж політика, імідж поп-зірок, імідж організації, імідж бізнесу, іміджі країн, індивідуальний та груповий іміджі, предметний та корпоративний іміджі.

Завдання для самопідготовки

1. Проаналізуйте особливості індивідуального та групового іміджів.
2. Дослідити, у чому виявляються особливості предметного та корпоративного іміджів.

Методичний практикум

1. Визначте особливості іміджів організації, бізнесу.
2. Назвіть психологічні ознаки іміджів політиків, країн.

Змістовний модуль 2.
Практична іміджологія

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 3. Інструментарій іміджології (8 год)

Теоретичні питання

1. Особливості управління іміджем.
2. Позичювання.
3. Маніпулювання.
4. Міфологізація.
5. Емоціоналізація.
6. Формат.
7. Вербалізація та деталізація.
8. Акцентування інформації.
9. Архаїзація і заміна цілей.
10. Подача суперечливих сигналів.
11. Дистанціювання.

Список літератури

1. Барна Н. В. Іміджологія : навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. – Київ : Університет «Україна», 2008. – 217 с.
2. Калениченко Р.А. Іміджологія сучасного телерадіоведучого : навч. посіб. – Київ : КиМУ, 2007. – 106 с.
3. Конфліктологія і психологія управління : навч. посібник / Р.А. Калениченко; А.С. Коханець. – Київ : Компринт, 2021. – 167 с.
4. Пантелейчук І. Формування позитивного іміджу органів державної влади : теорія, методологія, практика : монографія. Київ : Альтерпрес, 2011. – 316 с.
5. Почепцов Г. Г. Іміджологія : підручник. – Київ : Ваклер, 2000. – 768 с.

Основні поняття

Імідж, управління іміджем, інструментарій іміджології, використання інструментарію іміджології.

Завдання до самопідготовки

1. Визначте основні інструменти побудови іміджу, за Г. Г. Почепцовим, та надайте їм характеристику.

Методичний практикум

1. Обґрунтуйте психологічні особливості управління іміджем.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 4. Використання інструментарію іміджології (4 год)

Теоретичні питання

1. Метафоризація.
2. Візуалізація.
3. Опитування громадської думки.
4. Нейролінгвістичне програмування.
5. Впровадження моделей сприйняття.
6. Контекстне введення знаків.
7. Психологічні особливості візуальної комунікації.
8. Моделі візуальної комунікації.

Список літератури

1. Барна Н. В. Іміджологія : навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. – Київ : Університет «Україна», 2008. – 217 с.
2. Калениченко Р.А. Іміджологія сучасного телерадіоведучого : навч. посіб. – Київ : КиМУ, 2007. – 106 с.
3. Калениченко Р.А. Психологія іміджу : навч. посіб. – Київ : КиМУ, 2008. – 102 с.
4. Конфліктологія і психологія управління : навч. посібник / Р.А. Калениченко; А.С. Коханець. – Київ : Компринт, 2021. – 167 с.
5. Основи соціальної психології : підручник для закладів вищої освіти / П. П. Горностаї, М. М. Слюсаревський, В. О. Татенко, Т. М. Титаренко, Н. В. Хазратова та ін.; за ред. М. М. Слюсаревського. Київ : Талком, 2018. 580 с.
6. Почепцов Г. Г. Іміджологія : підручник. – Київ : Ваклер, 2000. – 768 с.

Основні поняття

Імідж, управління іміджем, інструментарій іміджології, використання інструментарію іміджології.

Завдання до самопідготовки

1. Обґрунтуйте сутність, можливості та механізми використання опитування громадської думки для побудови іміджу.

Методичний практикум

1. Аргументуйте психологічні особливості візуальної комунікації.
2. Визначіть можливості нейролінгвістичного програмування для створення іміджу.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 5. Застосування інструментів іміджології у конкретних ситуаціях (2 год)

Теоретичні питання

1. Перформанс.
2. Жест.
3. Психологія вибору.
4. Іміджі ворогів.
5. Іміджеві стратегії.

Список літератури

1. Барна Н. В. Іміджологія : навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. – Київ : Університет «Україна», 2008. – 217 с.
2. Калениченко Р.А. Іміджологія сучасного телерадіоведучого : навч. посіб. – Київ : КиМУ, 2007. –106 с.
3. Калениченко Р.А. Психологія іміджу : навч. посіб. – Київ : КиМУ, 2008. – 102 с.
4. Конфліктологія і психологія управління : навч. посібник / Р.А. Калениченко; А.С. Коханець. – Київ : Компринт, 2021. – 167 с.
5. Пантелейчук І. Формування позитивного іміджу органів державної влади : теорія, методологія, практика: монографія. Київ : Альтерпрес, 2011. 316 с.
6. Почепцов Г. Г. Іміджологія : підручник. – Київ : Ваклер, 2000. – 768 с.

Основні поняття

Імідж, управління іміджем, інструментарій іміджології, використання інструментарію іміджології.

Завдання до самопідготовки

1. Надайте коротку психологічну характеристику таких інструментів іміджології, як перформанс, жест.

Методичний практикум

1. Поясніть психологічні особливості таких інструментів іміджології, як психологія вибору та іміджі ворогів.
2. Обґрунтуйте, для чого застосовуються іміджеві стратегії під час створення та корекції іміджу.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 6. «Чотириактна» модель іміджевої компанії (2 год)

Теоретичні питання

1. Особливості проведення «чотириактної» моделі іміджевої компанії.
2. Політичний імідж.
3. Закони поєднання іміджів.
4. Шляхи побудови політичного іміджу.

Список літератури

1. Барна Н. В. Іміджологія : навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. – Київ : Університет «Україна», 2008. – 217 с.
2. Калениченко Р.А. Іміджологія сучасного телерадіоведучого : навч. посіб. – Київ : КиМУ, 2007. –106 с.
3. Калениченко Р.А. Психологія іміджу: навч. посіб. – Київ : КиМУ, 2008. – 102 с.
4. Конфліктологія і психологія управління : навч. посібник / Р.А. Калениченко; А.С. Коханець. – Київ : Компрінт, 2021. – 167 с.
5. Основи соціальної психології : підручник для закладів вищої освіти / П. П. Горностай, М. М. Слюсаревський, В. О. Татенко, Т. М. Титаренко, Н. В. Хазратова та ін.; за ред. М. М. Слюсаревського. Київ : Талком, 2018. 580 с.
6. Почепцов Г. Г. Іміджологія : підручник. – Київ : Ваклер, 2000. – 768 с.

Основні поняття

Імідж, управління іміджем, інструментарій іміджології, використання інструментарію іміджології.

Завдання до самопідготовки

1. З'ясуйте психологічні аспекти організації і проведення «чотириактної» моделі іміджевої компанії.
2. Проаналізуйте особливості різних шляхів побудови політичного іміджу.

Методичний практикум

1. Встановіть основні закони поєднання іміджів.
2. Визначте, які є іміджеві стратегії?

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ РОБІТ (РЕФЕРАТІВ)

Вимоги до змісту реферату

Під час аналізу змісту реферату кафедра звертає увагу на використання автором нових досягнень науки, передового інноваційного педагогічного досвіду, переконливість і достовірність поданих фактів, обґрунтованість висновків і узагальнень, коректність використання наукової літератури, науково-практичну цінність роботи. Хоча розробка реферату не передбачає результату, який є вкладом в науку, проте нові дані, факти, думки, новації, інновації, своєрідна їх інтерпретація і несхожа на попередні систематизація повинні в роботі бути.

Під час виконання реферату необхідно обґрунтувати актуальність, викласти історію питання, інтерпретувати дані досліджень, які проводились вченими (або особисто автором), проаналізувати літературні джерела. Іноді у процесі розробки теми штучно «притягують» такий матеріал, який має другорядне значення або і зовсім не потрібен для даної конкретної роботи. Матеріал варто висвітлювати ґрунтовно, логічно, але уникати зайвих відступів, дрібних, не характерних фактів.

Робота повинна завершитися чіткими і конкретними висновками. При цьому потрібно звертати увагу на оформлення роботи згідно з Держстандартом її грамотність, правильний запис використаної літератури, цитат і посилань на джерела. Студенти працюють під керівництвом викладача кафедри.

Вибір теми і складання плану реферату

Першим, дуже відповідальним кроком є вибір студентами теми реферату, яка повинна відповідати сучасному стану розвитку педагогічної теорії та практики, відповідати програмі навчальної дисципліни, потребам освітнього процесу у ВНЗ. Кафедра пропонує студентам тематику рефератів. Необхідно виходити також з того, що студенті повинні дати згоду на розробку запропонованої їм теми. Старости груп складають списки, де вказують: номер групи, прізвище та ініціали студента, назву теми – і подають на кафедру. Студент може просити дозволу на власну тему, яка викликає в нього інтерес. Недоцільно вибирати теми, які добре і всебічно висвітлені в літературних джерелах. Їх важко доповнити новими думками, фактами. В цьому випадку виклад змісту роботи може звестися до звичайного копіювання (компіляції).

Нова, маловивчена тема відкриває більше можливостей для прояву самостійності і виявлення творчих здібностей студента. Після вибору і

схвалення теми роботи студент розробляє графік її виконання. Він передбачає такі етапи:

I) вибір теми реферату, з'ясування ступеня її досліджуваності в літературі;

II) підбір літератури, складання бібліографічного списку;

III) вивчення літератури та інших джерел;

IV) написання роботи;

V) подання роботи викладачеві;

VI) захист реферату.

Після ознайомлення із загальною і спеціальною літературою складається попередній варіант плану роботи. Із накопиченням матеріалу та його систематизацією план удосконалюється й коригується. Після завершення підготовчої роботи складається його остаточний варіант.

Структура роботи передбачає такий вигляд: зміст, вступ, основна частина, висновки, список використаних джерел, додатки (за необхідності).

Після складання графіка, вивчення літературних та інших джерел рекомендується розробити план роботи, який може обговорюватися із викладачем.

Форма плану може бути різною. Як правило, він включає вступ, основну частину, висновки і список використаної літератури. Можна вмістити також і додатки.

У вступі розкриваються актуальність і важливість теми, висвітлюються вихідні методологічні положення, які визначають підхід до теми, надається історіографія і характеристика джерел для того, щоб виявити ступінь дослідження теми, аспекти, які потребують вивчення.

Вступ дає загальне уявлення про роботу й має містити такі основні моменти:

а) обґрунтування теми;

б) актуальність обраної теми, ступінь її досліджуваності;

в) визначення мети та завдань роботи, виділення кола питань, які варто розглянути для найповнішого розкриття теми;

г) стислий огляд літератури та інших джерел.

Основна частина роботи присвячується розгортанню центральної ідеї і розв'язанню означених у виступі завдань.

Змістом реферату можуть бути:

– аналіз актуальних проблем педагогіки вищої школи за спеціальністю (інформатика, металознавство тощо), освітніх або психолого-педагогічних проблем;

– аналіз і характеристика існуючих проблем в педагогіці вищої школи

– аналіз комплексу науково-методичних проблем та явищ теорії і практики педагогіки вищої школи (власного досвіду, досвіду досвідчених колег).

Основна частина роботи складається з двох-чотирьох параграфів, у свою чергу розбитих на підрозділи (параграф має включати більше 2-х підрозділів). Кожен параграф має висвітлювати самостійне питання поставленої проблеми, підрозділ — окрему частину цього питання. Надзвичайно важливим є збереження логічного зв'язку між параграфами (підрозділами в параграфі) і послідовність переходу від одного параграфа до іншого. Зміст параграфів і підрозділів має відповідати їхній назві, закінчуватися стислими висновками.

Робота завершується загальними висновками. Вони мають бути чіткими, місткими й короткими за формою. Нових фактичних даних, теоретичних положень у цій частині подавати не потрібно, доречно підкреслити перспективу розвитку проблеми в освітній практиці, а також запропонувати власні практичні рекомендації. Висновки констатують ступінь реалізації мети і завдань, які були визначені у вступі, а також теоретичну цінність виконаної роботи.

Оформлення роботи

Допускається оформлення реферату в рукописному або надрукованому варіантах. Приблизний обсяг реферату 25–35 сторінок тексту комп'ютерного друку.

Стандартний аркуш, набраний на комп'ютері, має до 30 рядків, надрукованих через 1,5 інтервали на одному боці (розмір шрифту 14 пунктів). Довжина кожного рядка – 62–66 знаків, новий абзац починається з відступу не менше 15 мм. Аркуш має такі поля: верхнє – не менше 20 мм, нижнє – 20 мм, праве – 15 мм, ліве – 25 мм.

Вписувати в текст окремі іншомовні слова, формули чи умовні позначення можна пастою, чорнилом лише чорного кольору.

Друкарські помилки, описки, які виявилися після написання реферату, можна виправляти підчищенням або зафарбовуванням коректором і нанесенням правильного тексту. Допускається наявність не більше двох виправлень на одній сторінці.

Текст основної частини реферату поділяють на параграфи та підрозділи.

Параграф не варто починати з нової сторінки. Заголовки структурних частин реферату, а саме: «Зміст», «Вступ», «Основна частина», «Список

використаних джерел», «Додатки» (за необхідності) друкуються з нової сторінки, з вирівнюванням по центру і виділенням жирним шрифтом.

Заголовки параграфів і підрозділів друкуються маленькими літерами (окрім першої великої) з абзацу, крапку в кінці заголовка не ставлять. Відстань між заголовком та текстом має становити 2 інтервали.

Не допускається розміщення назви параграфа або підрозділу в нижній частині сторінки, якщо далі подається лише рядок тексту.

Нумерацію сторінок подають арабськими цифрами у правому нижньому куті без крапки. Титульний аркуш вважається за першу сторінку, але нумерація на ньому не проставляється. Наступні сторінки нумерують, починаючи з другої.

Такі структурні частини проєкту як зміст, вступ, основна частина, висновки, перелік використаних літературних джерел, додатки не мають порядкового номера.

Номер параграфа позначають арабською цифрою з крапкою, а після цього у цьому ж рядку друкують його назву.

Підрозділи нумеруються в межах розділу: «1.1, 1.2 тощо», тобто перший та другий підрозділ першого параграфа, причому крапка проставляється і між цифрами і після останньої, а далі в тому ж рядку подається назва підрозділу.

Робота відкривається титульним аркушем, на якому послідовно вказується: назва університету, факультету, кафедра, тема роботи, прізвище, ім'я, по батькові студента, спеціальність, номер навчальної групи, посада, вчений ступінь і вчене звання викладача, місто і рік написання роботи.

За титульним аркушем розміщується зміст роботи, в якому послідовно вказується вступ (без номера), назви параграфів і підрозділів (з відповідною нумерацією), висновки (без номера), список використаних джерел (без номера), додатки (без номера). Навпроти кожного елемента змісту зазначаються номери сторінок його розташування у змісті реферату.

Важливу інформаційну роль у тексті роботи відіграє бібліографічний апарат – посилання на джерела й літературу, а також список джерел.

Кожне висловлювання, положення, статистичний матеріал, які цитуються, необхідно обов'язково підтвердити посиланням на джерела.

Для того, щоб грамотно оформити посилання, студентам необхідно дотримуватися таких положень.

У процесі написання реферату посилання на джерела дають змогу відшукати документи і перевірити достовірність відомостей про цитування документа, дають необхідну інформацію щодо нього, допомагають

з'ясувати його зміст, мову тексту, обсяг. Посилатися бажано на останні видання публікацій.

Посилання в тексті реферату на джерела варто зазначати порядковим номером за переліком посилань, виділеним двома квадратними дужками, наприклад, «... у працях [1–7]...».

Коли в тексті реферату необхідно зробити посилання на складову частину чи конкретні сторінки відповідного джерела, можна наводити посилання у виносках, при цьому номер посилання має відповідати його бібліографічному опису за переліком посилань.

Приклад: цитата в тексті: «... незважаючи на пріоритетне значення мовних каналів зв'язку між діловими партнерами, ні в якому разі не можна ігнорувати найбільші канали передачі інформації [6, с. 84]».

Відповідний опис у переліку посилань:

5. Мічуда Ю. П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку. Закономірності функціонування та розвитку. Київ : Олімп. л-ра, 2007. 216 с.

Бібліографічний опис складають безпосередньо за друкованим твором або виписують з каталогів і бібліографічних покажчиків повністю без пропусків будь-яких елементів, скорочення назв т.ін. (при цьому враховують відповідність бібліографічного опису вимогам чинного міжнародного стандарту ГОСТ 7.1-84, за винятком вимог Змін. № 4 (ІПС №2 2001)). Завдяки цьому можна уникнути повторних перевірок, вставок пропущених відомостей.

Джерела можна розміщувати одним із таких способів: у порядку появи посилань у тексті, в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків, у хронологічному порядку.

Відомості про джерела, включені до списку, необхідно давати відповідно до вимог міжнародних і державного стандартів з обов'язковим наведенням назв праць.

Приклади бібліографічного опису та оформлення посилань, запису джерел у списку використаної літератури

1. Козирев М.П. Політична психологія : навч. посібник. Львів : ЛьвДУВС, 2018. 648 с.

2. Філософія і психологія публічної влади : монографія / В. Б. Дзюндзюк, Б. В. Дзюндзюк, О. І. Козлов, О. В. Котуков та ін.; за заг. ред. В. Б. Дзюндзюка. Харків : Вид-во «Магістр», 2015. 392 с.

3. Олійник Ю.С. Порівняльний аналіз виникнення та подальшого розвитку тестування у деяких країнах світу [Електронний ресурс] // URL: http://www.rusnauka.com/12_kpsn_2010/Pedagogica/63601.doc.htm.

ТЕМАТИКА ІНДИВІДУАЛЬНОЇ РОБОТИ (РЕФЕРАТІВ)

1. Поняття «іміджу» з точки зору іміджології та соціальної психології.
2. Суміжні поняття: «образ», «репутація», «авторитет».
3. Порівняння понять «іміджологія» і «психологія іміджу».
4. Характеристика іміджу як результату суб'єктно-суб'єктної взаємодії.
5. Характеристика іміджу як символічного образу.
6. Поняття «самопрезентації». Чи вірно буде назвати самопрезентацію діяльністю, спрямованою на створення іміджу?
7. Діяльність зі створення іміджу як самопрезентація.
8. Чи завжди створення іміджу підлегле меті підвищення самооцінки? Чому?
9. Імідж як периферичний ключовий стимул. Як це використовується через соціальний вплив?
10. Зумовленість множинності іміджів.
11. Особливості категоризації у сприйнятті іміджу.
12. Індивідуальний імідж. Два типи мотивації, які лежать в основі діяльності суб'єкта зі створення свого іміджу.
13. Імідж, орієнтований на самосприйняття.
14. Імідж, орієнтований на сприйняття.
15. Критерії хорошого індивідуального іміджу.
16. Індивідуальний імідж. Функції, які він виконує.
17. Чи може бути у однієї людини декілька іміджів?
18. Емпатія. Як вона використовується в створенні індивідуального іміджу?
19. Механізм «вживання» в імідж.
20. Загальні установки, що впливають на сприйняття індивідуального іміджу.
21. Найбільш загальні принципи стратегії побудови індивідуального іміджу.
22. Основні задачі, які необхідно вирішити в процесі побудови іміджу?
23. Внутрішній і зовнішній імідж організації, чим вони розрізняються.
24. Об'єктивна основа єдності зовнішнього і внутрішнього іміджу організації.
25. Особливості управління іміджем.
26. Застосування інструментів іміджології у конкретних ситуаціях.

ПЕРЕЛІК ТИПОВИХ ПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ІМІДЖЕЛОГІЯ»

1. Імідж як складова сучасної цивілізації у структурі світу.
2. Імідж з погляду загальної психології.
3. Поняття «іміджу» з точки зору іміджології та соціальної психології.
4. Суміжні поняття: «образ», «репутація», «авторитет».
5. Порівняння понять «іміджологія» і «психологія іміджу».
6. Характеристика іміджу як результату суб'єктно-суб'єктної взаємодії.
7. Характеристика іміджу як символічного образу.
8. Поняття «самопрезентації». Чи вірно буде назвати самопрезентацію діяльністю, спрямованою на створення іміджу?
9. Діяльність зі створення іміджу як самопрезентація.
10. Чи завжди створення іміджу підлегле меті підвищення самооцінки? Чому?
11. Імідж як периферичний ключовий стимул. Як це використовується через соціальний вплив?
12. Зумовленість множинності іміджів.
13. Особливості категоризації у сприйнятті іміджу.
14. Індивідуальний імідж. Два типи мотивації, які лежать в основі діяльності суб'єкта зі створення свого іміджу.
15. Імідж, орієнтований на самосприйняття.
16. Імідж, орієнтований на сприйняття.
17. Критерії хорошого індивідуального іміджу.
18. Індивідуальний імідж. Функції, які він виконує.
19. Чи може бути у однієї людини декілька іміджів?
20. Емпатія. Як вона використовується в створенні індивідуального іміджу?
21. Механізм «вживання» в імідж.
22. Загальні установки, що впливають на сприйняття індивідуального іміджу.
23. Найбільш загальні принципи стратегії побудови індивідуального іміджу.
24. Основні задачі, які необхідно вирішити в процесі побудови іміджу.
25. Внутрішній і зовнішній імідж організації. Чим вони розрізняються?
26. Об'єктивна основа єдності зовнішнього і внутрішнього іміджу організації.
27. «Чотириактна» модель іміджевої компанії.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Підручники:

1. *Почепцов Г.Г.* Іміджологія : підручник / Г.Г. Почепцов. – Київ : Ваклер, 2000. – 768 с.

Навчальні посібники:

1. *Барна Н.В.* Іміджологія : навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В.М. Бебика. – Київ : Університет «Україна», 2008. – 217 с.

2. *Калениченко Р.А.* Іміджологія сучасного телерадіоведучого : навч. посіб. – Київ : КиМУ, 2007. – 106 с.

3. *Калениченко Р.А.* Психологія іміджу : навч. посіб. – Київ : КиМУ, 2008. – 102 с.

4. *Калениченко Р.А.* Соціологія та психологія впливів : навч. посіб. – Київ : КиМУ, 2009. – 87 с.

5. *Конфліктологія і психологія управління* : навч. посібник / Р.А. Калениченко; А.С. Коханець. – Київ : Компринт, 2021. – 167 с.

6. *Пантелейчук І.* Формування позитивного іміджу органів державної влади : теорія, методологія, практика: монографія. Київ : Альтерпрес, 2011. – 316 с.

Методичні роботи:

1. *Конфліктологія і психологія управління* : методичні вказівки до вивчення курсу / уклад. Р.А. Калениченко. – Київ : КНУБА, 2018. – 28 с.

Інформаційні ресурси:

1. <http://library.knuba.edu.ua>.

2. <http://org.knuba.edu.ua>.

3. <http://org2.knuba.edu.ua>.

4. <http://org2.knuba.edu.ua/course/view.php?id=3058>.

5. https://duikt.edu.ua/uploads/l_1776_66617386.pdf.

Навчально-методичне видання

ІМІДЖЕЛОГІЯ

Методичні вказівки
до вивчення курсу
для студентів спеціальності 051 «Економіка»,
галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Укладач **Калениченко** Руслан Арсенович

Випусковий редактор *Л. С. Тавлуй*
Комп'ютерне верстання *Д. М. Ніколаєвич*

Підписано до друку 06.06.2024. Формат 60 x 84_{1/16}
Ум. друк. арк. 1,16. Обл.-вид. арк. 1,25.
Електронний документ. Вид. № 60/III-24

Видавець і виготовлювач:
Київський національний університет будівництва і архітектури

Проспект Повітряних Сил, 31, Київ, Україна, 03037

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів
видавничої справи ДК № 808 від 13.02.2002