

Державний вищий навчальний заклад
«Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
Кафедра соціальної психології та психології розвитку

Проректор

“ ”

20 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Психологічні технології іміджмейкінгу та PR»

Галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки
спеціальності 053 Психологія

Івано-Франківськ – 2019 рік

Робоча програма дисципліни « Психологічні технології іміджмейкінгу та PR» для студентів за спеціальністю 053 «Психологія» .

„29” серпня 2019 р. – 18 с.


Розробники:

кандидат психологічних наук, доцент кафедри соціальної психології та психології розвитку Гринчук О.І.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри соціальної психології та психології розвитку

Протокол № 1 від 29 серпня 2019 р.

Завідувач кафедри соціальної психології та психології розвитку

 (підпис) _____ (Л.Д.Заграй)

“ ___ ” _____ 20__ р.

Схвалено науково-методичною радою філософського факультету.

Протокол від 5 вересня 2019 р. № 1

“ ___ ” _____ 20__ р.

Голова  (підпис) _____ (Пілецька Л.С.)

@ _____, 2019 рік

@ _____, 2019 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 05 Соціально-поведінкові науки (шифр і назва)	За вибором	
	Напрямок підготовки (шифр і назва) 053 Психологія		
Модулів – 1	Спеціальність (професійне спрямування): «Соціальна психологія»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 1		4-й	4-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання _____		Семестр	
(назва)			
Загальна кількість годин – 90		VIII-й	VIII-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 1 самостійної роботи студента – 6	Освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр	Лекції	
		16 год.	4 год.
		Практичні, семінарські	
		18 год.	10 год.
		Лабораторні	
		__ год.	__ год.
		Самостійна робота	
		56 год.	70 год.
Індивідуальні завдання: __ год.			
Вид контролю: <i>залік</i>			

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 38 % : 62 %

для заочної форми навчання – 22 % : 78 %

2. Мета та завдання 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.

Основне завдання 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.

Загальні компетентності:

Здатність застосовувати набуті знання у практичних ситуаціях професійної діяльності.

Знання та розуміння предметної області та специфіки професійної діяльності психолога.

Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями щодо психологічних технологій та технік іміджмейкінгу та піару.

Здатність приймати обґрунтовані рішення при плануванні та просуванні іміджу суб'єкта.

Здатність генерувати нові ідеї, бути креативним у формуванні та просуванні іміджу клієнта.

Здатність до ефективної міжособистісної взаємодії у ситуаціях професійної комунікації.

Фахові компетентності:

Здатність і готовність оперувати категоріально-понятійним апаратом психології; розуміти основні теоретичні поняття, терміни, та закономірності технологій та технік іміджмейкінгу.

Здатність і готовність самостійно вивчати та критично опрацьовувати, аналізувати, узагальнювати та прогнозувати тенденції розвитку процесів іміджування; побудови, корекції та просування іміджу, а також власних необхідних професійних компетенцій.

Здатність розв'язувати завдання та практичні психологічні проблеми щодо створення іміджу в особистій та діловій сфері на основі застосування валідного і надійного психодіагностичного інструментарію.

Здатність і готовність аналізувати, формувати та позиціонувати ідеальний імідж суб'єкта; здійснювати побудову, корекцію персонального чи ділового іміджу та його піар.

Здатність організовувати та надавати психологічну допомогу щодо іміджмейкінгу та піару.

Програмні результати:

- здійснювати аналіз, узагальнення та прогнозування психічних явищ, ідентифікувати психологічні проблеми пов'язані з іміджем та піаром, пропонувати шляхи їх розв'язання;
- розробляти імідж-карту суб'єкта іміджування із застосуванням валідних і надійних психодіагностичних інструментів психологічного дослідження та технологій і технік психологічної допомоги;
- пропонувати власні способи вирішення психологічних задач і проблем у процесі професійної діяльності пов'язаних з іміджем клієнта, приймати та аргументувати власні рішення щодо їх розв'язання;
- здійснювати корекцію та просування іміджу суб'єкта у різних сферах професійної діяльності з урахуванням специфіки запиту та індивідуальних особливостей клієнта;
- здійснювати аналіз ефективності застосованих іміджевих та піар технологій, критично оцінювати достовірність результатів дослідження, рефлексивно оцінювати власні професійні можливості та досягнення;
- виявляти і вирішувати соціально-психологічні проблеми іміджу особистості у великих і малих групах;
- презентувати результати власних досліджень усно / письмово для фахівців і нефаківців щодо формування та просуванню іміджу у різних сферах професійної діяльності.

Міждисциплінарні зв'язки: соціальна психологія, психологія управління, психологія бізнесу, психологія реклами, політична психологія, психологія професійної комунікації.

3. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1.

Психологічні технології іміджмейкінгу та PR

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)).

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).

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)).

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 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.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р		л	п	лаб	інд	с.р.
	90	1 6	1 8			56	90	4	10			70
Модуль 1. Психологічні технології іміджмейкінгу та PR												
Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу.	9	2	2			6	15		-			10
Тема 2. Технологічний інструментарій формування іміджу.	14	4	2			10	15	1	-			10
Тема 3. Технології та техніки формування іміджу.	21	4	2			5	14	2	2			10
Тема 4. Технології управління особистісним іміджем.	23	4	6			15	24	1	4			20
Тема 5. Особливості формування ділового іміджу.	23	2	6			20	22		4			20
Всього годин	90	16	18			56	90	4	10			70

5. Темі практичних занять

Денна форма навчання

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу.	2

2.	Тема 2. Технологічний інструментарій формування іміджу.	2
3.	Тема 3. Технології та техніки формування іміджу.	2
4.	Тема 4. Технології управління особистісним іміджем.	2
5.	Тренінгове заняття на тему: «Що ми знаємо про себе?» Практичні заняття з елементами тренінгу. Формування особистісного профілю клієнта. Техніки формування персонального іміджу. Психологія кольору в побудові особистісного та ділового іміджу. Формування лідерських якостей.	4
6.	Тема 5. Особливості формування ділового іміджу.	2
7.	Практичні заняття з елементами тренінгу. Формування професійного профілю клієнта. Техніки формування ділового іміджу. Набуття вмінь і навичок презентації себе як особистості, як професіонала, як психолога.	4
	Всього	18

5. Теми практичних занять

Заочна форма навчання

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 3. Технології та техніки формування іміджу.	2
2.	Тема 4. Технології управління особистісним іміджем. Практичні заняття з елементами тренінгу. Формування особистісного профілю клієнта. Техніки формування персонального іміджу. Психологія кольору в побудові особистісного та ділового іміджу. Формування лідерських якостей.	4
3.	Тема 5. Особливості формування ділового іміджу. Практичні заняття з елементами тренінгу. Формування професійного профілю клієнта. Техніки формування ділового іміджу. Набуття вмінь і навичок презентації себе як особистості, як професіонала, як психолога.	4
	Всього	10

8. Самостійна робота

Денна форма навчання

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу. 1. Ознайомитись та проаналізувати статті: О.Ю.Трач, О.І. Карий Імідж, бренд та репутація: їх взаємозв'язок і вплив на розвиток територій, організацій та окремих осіб. Ю. Зеленская Эпатаж как инструмент PR 2. Практичне завдання 1.	6

	На основі опрацьованих публікацій здійснити порівняльний аналіз понять: імідж, бренд, репутація, епатаж. Література для підготовки подана в ресурсах.	
2	Тема 2. Технологічний інструментарій формування іміджу. 1. Ознайомитись та проаналізувати статті. Підготувати виступи на семінар. 1. В.Орлова Міф як PR-технологія 2. Психологічні аспекти створення образу в іміджмейкерстві// Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна», 2008.— с.48-57. Література для підготовки подана в ресурсах.	10
3	Тема 3. Технології та техніки формування іміджу. 1. Аналіз публікації. Обговорення на семінарі. Змановская Е. Руководство по управлению личным имиджем. СПб.: Речь, 2005. С.163-185.	5
4	Тема 4. Технології управління особистісним іміджем. Виконання завдань тренінгового заняття. Проведення комплексної оцінки психологічних особливостей особистості, самотестування (за запропонованими методиками). Практичне завдання 2. На основі виконаних на тренінгу завдань формування власного особистого профілю та його аналіз. Побудова власного професійного профілю. Формулювання висновків та визначення кола психологічних проблем. Психологія кольору в побудові особистісного та ділового іміджу. Визначення поведінкового хромотипу, та його значення у іміджмейкінгу. Виконання та аналіз вправи «Презентація лідерських якостей» .	15
5	Тема 5. Особливості формування ділового іміджу. Практичне завдання 3. Складання власної психологічної імідж-карти (або програми корекції власного іміджу), із обґрунтуванням застосованих технологій вибору моделей поведінки. Презентація власних імідж-карт. Групова робота. Практичне завдання 4. Презентація підготовлених завдань по само презентації себе як фахівця та їх аналіз. Набуття вмінь і навичок презентації себе як особистості, як професіонала, як психолога.	20
	Всього	56

8. Самостійна робота

Заочна форма навчання

№	Назва теми	Кількість
---	------------	-----------

з/п		годин
1	<p>Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу.</p> <p>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 та технологічні). Класифікації іміджів (за рівнем систематизації, за функціональним підходом (Г.Почепцов), за політичною іміджологією (А.Панасюк, Г.Почепцов, В.Шепель)).</p> <p>1. Ознайомитись та проаналізувати статті: О.Ю.Трач, О.І. Карий Імідж, бренд та репутація: їх взаємозв'язок і вплив на розвиток територій, організацій та окремих осіб. Ю. Зеленская Эпатаж как инструмент PR</p> <p>2. Практичне завдання 1.</p> <p>На основі опрацьованих публікацій здійснити порівняльний аналіз понять: імідж, бренд, репутація, епатаж.</p> <p>Література для підготовки подана в ресурсах.</p>	10
2	<p>Тема 2. Технологічний інструментарій формування іміджу.</p> <p>Основні чинники побудови іміджу. Психологічні механізми формування іміджу (фасцинація, атракція). 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> <p>1. Ознайомитись та проаналізувати статті:</p> <p>1. В.Орлова Міф як PR-технологія</p> <p>2.Психологічні аспекти створення образу в іміджмейкерстві// Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна», 2008.— с.48-57.</p> <p>Література для підготовки подана в ресурсах.</p>	10
3	<p>Тема 3. Технології та техніки формування іміджу.</p> <p>1.Аналіз публікації. Обговорення на семінарі.</p> <p>Змановская Е. Руководство по управлению личным имиджем. СПб.: Речь, 2005. С.163-185.</p>	10
4	<p>Тема 4. Технології управління особистісним іміджем.</p> <p>Виконання завдань тренінгового заняття. Проведення комплексної оцінки психологічних особливостей особистості, самотестування (за запропонованими методиками).</p> <p>Практичне завдання 2.</p> <p>На основі виконаних на тренінгу завдань формування власного особистого профілю та його аналіз. Побудова власного професійного профілю. Формулювання висновків та визначення</p>	20

	кола психологічних проблем. Психологія кольору в побудові особистісного та ділового іміджу. Визначення поведінкового хромотипу, та його значення у іміджмейкінгу. Виконання та аналіз вправи «Презентація лідерських якостей» .	
5	Тема 5. Особливості формування ділового іміджу. Практичне завдання 3. Складання власної психологічної імідж-карти (або програми корекції власного іміджу), із обґрунтуванням застосованих технологій вибору моделей поведінки. Презентація власних імідж-карт. Групова робота. Практичне завдання 4. Презентація підготовлених завдань по самопрезентації себе як фахівця та їх аналіз. Набуття вмінь і навичок презентації себе як особистості, як професіонала, як психолога.	20
	Разом	70

7. Методи навчання

Лекційна форма проведення занять, яка передбачає застосування таких методів:

1. Пояснювально-ілюстративного.
2. Проблемного засвоєння матеріалу.

Семинарські та практичні форми занять, які передбачають застосування методів:

1. Частково-пошукового.
2. Дослідницького.
3. Інтерактивного.

8. Методи контролю

1. Усне опитування.
2. Письмове опитування.
3. Тестування по лекціях.
3. Підсумкове тестування.
4. Оцінювання самостійної роботи.
5. Перевірка практичних завдань.

11. Питання для самоконтролю.

1. Роль та значення іміджу в сучасному діловому світі.
2. Іміджологія в системі наук.
3. Співвідношення змісту понять: імідж, іміджмейкінг, іміджологія, іміджмейкер, паблік рілейшинз, піар, бренд, брендинг.
4. Порівняльний аналіз понять: імідж, бренд, репутація, епатаж.
5. Функції іміджу (ціннісні, технологічні, світоглядні).
6. Класифікації іміджів (за рівнем систематизації, за функціональним підходом (Г.Почепцов), за політичною іміджологією (А.Панасюк, Г.Почепцов, В.Шепель)). Класифікація Ф.Джефрінса.
7. Міф як імідж та піар технологія.

8. Основні чинники побудови іміджу.
9. Психологічні механізми формування іміджу (фасцинація, атракція, міжособистісна перцепція).
10. Психолого-педагогічні та імідж формуючі принципи іміджмейкінгу.
11. Форми процесу іміджування (групова та індивідуальна).
12. Психологічний інструментарій іміджології (позиціонування, маніпуляція, емоціоналізація, деталізація, метафоризація, вербалізація, візуалізація, дистанціювання, акцентування інформації, опитування громадської думки, впровадження моделей сприйняття, нейролінгвістичне програмування).
13. Міф як піар – технологія.
14. Провідні організаційні технології формування іміджу.
15. 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).
16. 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)).
17. Структура особистісного іміджу. Глибинні характеристики особистісного іміджу.
18. Поняття та характерологічні риси харизматичного іміджу.
19. Стратегії управління особистісним іміджем.
20. Техніки створення ефективного імідж-образу.
21. Технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу.
22. Психологічні особливості кінетичного іміджу.
23. Особливості формування вербального іміджу.
24. Вибір моделі поведінки. Створення індивідуального стилю.
25. Поняття ділового іміджу.
26. Основні риси та чинники його формування. Етапи формування ділового іміджу.
27. Концептуальна модель ділового іміджу.
28. Особливості середовища спілкування та контексту діяльності.
29. Психологічні засади самопрезентації. Рівні самопрезентації.
30. Способи самопрезентації.

12. Розподіл балів, які отримують студенти

Усні, поточні оцінки – 15 балів

Здійснення порівняльного аналізу понять: імідж, бренд, репутація, епатаж.

(Практичне завдання №1) – 10 балів

Формування та аналіз особистого та професійного профілю

(Практичне завдання №2) – 10 балів

Розробка імідж-карти (Практичне завдання №3) – 20 балів

Самопрезентація себе як фахівця (у формі презентації, виступу)

(Практичне завдання №4) – 20 балів

Тестування по лекціях – 5 балів

Підсумкове тестування – 20 балів

Методи оцінки знань студентів та відсоток, що виділяються для кожного методу оцінки:

- активність на заняттях, яка демонструє обізнаність студента у навчальному матеріалі – 15% від загальної оцінки;
- здійснення порівняльного аналізу понять: імідж, бренд, репутація, епатаж – 10% від загальної оцінки;
- формування та аналіз особистого та професійного профілю – 10% від загальної оцінки;
- розробка імідж-карти – 20% від загальної оцінки;
- самопрезентація себе як фахівця (у формі презентації, виступу) – 20% від загальної оцінки;
- тестування по лекціях – 5% від загальної оцінки;
- підсумкове тестування - 20% від загальної оцінки.

Критерії оцінювання (усні відповіді, поточні оцінки)

Критерії поточного оцінювання здійснюються за 5-бальною шкалою і відповідають загальним рекомендаціям щодо оцінювання при підсумковому контролі.

«Відмінно» (5) 5 балів – тему засвоєно повністю, без прогалин, необхідні практичні навички роботи з матеріалом сформовані. У відповідях студента чітко простежується вміння аналізувати, диференціювати, узагальнювати інформацію, оцінювати факти, події, оцінювати факти, події та прогнозувати очікувані результати від прийнятих рішень. Студент опирається у знаннях не тільки на лекційний матеріал та навчальні посібники, але й оперує матеріалом сучасних наукових досліджень.

«Добре» (4) 4 бали – тема засвоєна повністю, без прогалин. Сформовані вміння аналізувати, систематизувати, узагальнювати інформацію. Дано правильну відповідь на всі питання, можливі незначні неточності. Відповідь може носити переважно репродуктивний характер, немає цілісності у сприйнятті матеріалу, існують неточності у трактуванні понятійного апарату.

«Задовільно» (3) 3 бали – існують прогалини у знаннях. Відповіді неповні, не чіткі, простежується невміння інтегрувати матеріал. Студент не дає відповіді на всі питання плану семінару.

«Незадовільно» (2) 0 балів – основні питання теми засвоєні мінімально, або ж не засвоєні, відсутність вміння аналізувати, систематизувати, узагальнювати інформацію, мінімальний рівень репродуктивних знань, нема відповідей на допоміжні.

Критерії оцінювання підсумкового тестування

Підсумковий тест складається із 20 тестових запитань кожне із яких оцінюється у 1 бал. Набрана студентом кількість балів за підсумковий тест залежить від кількості правильних відповідей.

Критерії оцінювання практичних завдань

Практичне завдання № 1

9-10 балів (відмінно) – завдання виконано в повному обсязі: розроблений порівняльний аналіз понять: імідж, бренд, репутація, епатаж, у вигляді порівняльної характеристики, таблиці, на основі опрацьованих публікацій. Чітка структурованість інформації. Якісно проаналізовано спільні та відмінні риси усіх понять. Зроблено висновки про зміст та об'єм проаналізованих понять. Оформлена письмово робота.

7-8 балів (добре) – завдання виконано в повному обсязі: розроблений порівняльний аналіз понять: імідж, бренд, репутація, епатаж (у вигляді порівняльної характеристики, таблиці), на основі опрацьованих публікацій (Можлива нестача якоесь поняття). Чітка структурованість інформації. (певні недоліки структурованості). Якісно проаналізовано спільні та відмінні риси усіх понять (можливі неточності у аналізі понять, одні поняття проаналізовано ґрунтовніше ніж інші). Зроблено висновки про зміст та об'єм проаналізованих понять (недостатньо обґрунтовані та чіткі висновки). Оформлена письмово робота.

5-6 балів (задовільно) – завдання виконано не в повному обсязі, прослідковуються істотні помилки у порівнянні основних понять, інформація не структурована, певні поняття відсутні. Не якісно проаналізовано спільні та відмінні риси понять (подано частковий аналіз). Висновки фрагментарні. Не обґрунтовані. Робота оформлена частково або відсутня.

3-4 бали (незадовільно) – виконана лише частина завдання, проаналізоване одне чи два поняття. Завдання не структуроване. Відсутня логіка порівняння (чи характеристика, чи таблиця) Висновки відсутні. Висновки відсутні, або фрагментарні. Можливі усні доповнення до виконаного завдання. Письмова робота відсутня або є лише її фрагмент.

1-2 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 № 2

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 № 3

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 № 4

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.

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 самопрезентації. Використано креативні методи і технології подачі інформації. Можливо не актуалізовані міждисциплінарні зв'язки. Виконана, оформлена та вчасно презентована робота.

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.

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.

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

0 балів – завдання відсутнє.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
80 – 89	B	добре	
70 – 79	C		
60 – 69	D	задовільно	
50 – 59	E		
26 – 49	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-25	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

13. Методичне забезпечення

1. Програма навчальної дисципліни.
2. Силабус навчальної дисципліни.
3. Конспекти лекцій.
4. Плани семінарських та практичних занять.
5. Методичні вказівки до самостійної роботи студентів.
5. Роздаткові матеріали до практичних занять.
6. Тести для оцінювання знань студентів у системі дистанційного навчання.

Інструменти, обладнання, програмне забезпечення

Навчальна дисципліна «Психологічні технології іміджмейкінгу та PR» передбачає використання мультимедійного обладнання (комп'ютер, проектор).

14. Рекомендована література

Базова

1. Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна», 2008.— 217 с.

2. Палеха Ю.І. Іміджологія: Навч.посібник / За заг.ред. З.І.Тимошенко. – К.: Вид-во Європ. у-ту, 2005. – 324с.
3. Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. – СПб.: Речь, 2005. – 144 с.
4. Калюжный А.А. Психология формирования имиджа учителя / А.А. Калюжный. – М.: Изд-во Владос, 2004. – 222с.
5. Наумова С.А. Имиджология: учебное пособие / С.А.Наумова. – Томск: Том.политехн.у-т, 2004. – 116с.
6. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / А.Ю.Панасюк. – М.: Изд-во «Омега-Л», 2007. – 266с.
7. Панасюк А.Ю. Как убеждать в своей правоте. Современные психотехнологии убеждающего воздействия /А.Ю.Панасюк. – М.: Изд-во «Дело», 2002. – 305с.
8. Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер. — 2-е изд., испр. и доп. — СПб.: Алетейя, 2001. — 256с.
9. Перельгина Е. Б. Психология имиджа / Е.Б. Перельгина — М., 2002.
10. Хавкіна Л. М. Іміджологія : навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» / Л. М. Хавкіна. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 64 с.
11. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»]. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 111 с.
12. Шепель В.М. Имиджология. Как нравиться людям / В.М.Шепель. – М.: Народное образование, 2002.

Допоміжна

1. Бухаркова О.В., Горшкова Е.Г. Имидж лидера. Технологии создания и продвижения. Тренинговая программа. - СПб.: Речь, 2007. – 222с.
2. Бозаджиев В.Л. Имидж психолога / В.Л.Бозаджиев. – М.: Издательство «Академия Естествознания», 2009. – 219 с.
3. Гарифуллин Р.Р. Энциклопедия блефа. Манипуляционная психология и психотерапия / Р.Р. Гарифуллин . – Казань, 1995.
4. Журавська Л.М. Соціально-психологічний тренінг: розвиток якостей особистості працівників сфери туризму / Л.М.Журавська. – Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Видавничий Дім «Слово», 2006. – 312с.
5. Лозниця В.С. Психологія менеджменту. Теорія і практика: Навч. посібник. – К.: ТОВ «УВПК «Екс Об», 2001. – С.225-235.
6. Орешкин В.Г. Тренинг формирования имиджа. 13 мастерских имидж-класса. Методическое пособие. – СПб.: Речь. – 176с.
7. Психология делового преуспевания. – М.: Изд-во ВЛАДОС-ПРЕСС, 2001. – 304с.
8. Шепель В.М. Имиджология: Секреты личного обаяния / В.М.Шепель. – М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1994. – 320с.

9. Шейнов В. П. Пиар «белый» и «черный»: Технология скрытого управления людьми / В. П. Шейнов.—М.: АСТ; Мн.: Харвест, 2006.— 672 с.

15. Інформаційні ресурси

http://www.koob.ru/practic_psychology/