

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВНУТРІШНІХ СПРАВ**

*Факультет № 6  
Кафедра соціології та психології*

**РОБОЧА ПРОГРАМА**

навчальної дисципліни «Теорія і практика іміджеології»  
вибіркових компонент  
освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

*053 Психологія (практична психологія)*

**Харків 2023**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Науково-методичною радою  
Харківського національного  
університету внутрішніх справ  
Протокол від 30.08.2023 №7

**СХВАЛЕНО**

Вченою радою факультету № 6  
Протокол від 25.08.2023 №7

**ПОГОДЖЕНО**

Секцією Науково-методичної ради  
ХНУВС з гуманітарних та соціально-  
економічних дисциплін  
Протокол від 29.08.2023 №7

Розглянуто на засіданні кафедри соціології та психології (протокол від 15.08.2023 №8).

**Розробник:**

Доцент кафедри соціології та психології, кандидат психологічних наук  
Пономаренко Я.С.

**Рецензенти:**

1. Професор кафедри юридичної психології Національної академії внутрішніх справ, доктор юридичних наук, професор Охріменко І.М.
2. Доцент кафедри соціології та психології факультету № 6 Харківського національного університету внутрішніх справ, кандидат психологічних наук, доцент Греса Н.В.

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Шифри та назви галузі знань, код та назва спеціальності, ступень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS – 5 Загальна кількість годин – 150 Кількість тем – 7	05 соціальні та поведінкові науки; 053 Психологія; Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти	Навчальний курс 3  Семестр 6  Вид контролю: залік
<b>Розподіл навчальної дисципліни за видами занять:</b>		
денна форма навчання Лекції – 32; Семінарські заняття – 16; Практичні заняття – 12; Лабораторні заняття – 0; Самостійна робота – 94; Індивідуальні завдання: Курсова робота – Реферати (тощо) –	заочна форма навчання Лекції – 10; Семінарські заняття – 6; Практичні заняття – 4; Лабораторні заняття – 0; Самостійна робота – 130; Індивідуальні завдання: Курсова робота – Реферати –	

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета** вивчення навчальної дисципліни «Теорія і практика іміджеології» полягає в тому, щоб сформувати у здобувачів вищої освіти знань про роль і значення іміджу у громадському житті та бізнес-середовищі, його впливу на формування авторитету та успішне просування у публічній кар'єрі; усвідомлення і засвоєння базових знань з прикладної іміджеології, формування вміння створювати і корегувати різні типи та варіанти іміджу.

**Основні завдання** курсу «Теорія і практика іміджеології»:

допомогти здобувачам опанувати необхідні знання та практичні навички у сфері іміджеології та іміджмейкінгу, ознайомити здобувачів вищої освіти з основними принципами іміджмейкінгу, різновидами й специфікою індивідуального та професійного іміджу; пояснити основні техніки та технології іміджу та його впливу на особистість; забезпечити й створити сприятливі умови та необхідні компетенції для формування ефективного особистісного іміджу майбутнього фахівця у галузі психології.

**Міждисциплінарні зв'язки:** вступ до спеціальності, загальна психологія, вікова та педагогічна психологія, гендерна психологія, диференційна психологія, культура професійного спілкування, соціальна психологія, юридична психологія, психологія управління.

**Очікувані результати навчання:** сформовані у здобувачів навички використання отриманих знань у процесі подальшого вивчення фахових

дисциплін та майбутньої практичної діяльності. У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен знати:

**знати:** основні поняття курсу: імідж, функції та ціннісне значення іміджу, типи та етапи створення іміджу, розвиток іміджеології та іміджмейкерства, технології створення та управління особистим іміджем, специфіку побудови іміджу організації, іміджеві технології в рекламі та важливість іміджу в практиці психолога.

**вміти:** застосовувати одержані знання в практичній діяльності; вирішувати психологічні завдання; ідентифікувати види та типи іміджу; аналізувати процес творення особистісного й професійного іміджів; ідентифікувати стратегії взаємодії, механізми й технології просування іміджу; ефективно використовувати прийоми та технології у процесі іміджування.

<b>Програмні компетентності, які формуються при вивченні навчальної дисципліни:</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	I. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері правоохоронної діяльності та\або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та\або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов та вимог.
<b>Загальні компетентності</b>	ЗК1. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК2. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК3. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Здатність бути критичним і самокритичним. ЗК6. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК7. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК8. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК9 Здатність працювати в команді.
<b>Спеціальні компетентності</b>	СК3. Здатність до розуміння природи поведінки, діяльності та вчинків. СК4. Здатність самостійно збирати та критично опрацьовувати, аналізувати та узагальнювати психологічну інформацію з різних джерел. СК6. Здатність самостійно планувати, організовувати та здійснювати психологічне дослідження.

	СК7. Здатність аналізувати та систематизувати одержані результати, формулювати аргументовані висновки та рекомендації. СК10. Здатність адаптуватися до нових ситуацій та здатність до професійної мобільності.
--	---

### **3. Програма навчальної дисципліни**

#### **Тема 1. Імідж та його природа.**

Семантика поняття імідж. Функціональне значення іміджу. Ціннісне значення іміджу в сучасному світі. Імідж як об'єктивний фактор, що відіграє істотну роль в оцінці будь якого соціального явища або процесу. Іміджеологія в комплексі наук. Типи іміджу. Етапи створення іміджу. Поліфункціональність іміджу. Імідж як міфологічний архетип. Розвиток іміджелогії в Україні. Інструментарій іміджу..

#### **Тема 2. Іміджмейкерство та його особливості.**

Іміджмейкінг. Образ в іміджмейкерстві: психологічні аспекти створення. Дзеркальний імідж. Поточний імідж. Бажаний імідж. Самоімідж. Особистий імідж. Реальний імідж. Корпоративний імідж. Товарний імідж. Політичний та професійний імідж. Елементи створення іміджу.

#### **Тема №3. Технології управління особистим іміджем.**

Анатомія особистісного іміджу. Структура особистісного іміджу. Глибинні характеристики іміджу. Міфотворна діяльність різних видів та засобів масової комунікації. Соціальний стереотип: види та психологічні наслідки. Види міфів. Способи міфологізації іміджу (за О. Змановською). Психологічні передумови формування ділового іміджу. Розходження та подібність у діловому іміджі.

#### **Тема №4. Особливості створення ділового іміджу.**

Стратегії управління іміджем. План створення іміджу. Технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу. Створення індивідуального стилю. Складові створення іміджу: зовнішній вигляд, голос, мова. «Тілесний» імідж. Діловий імідж. 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. Невербальні елементи іміджу.

### **Тема №5. Імідж організації.**

Загальна структура іміджу будь-якої організації. Корпоративна культура та її вплив на розвиток організації. Методи формування, реалізації, корегування іміджу організації. Візуальний імідж організації. Імідж керівника. Правила і механізми формування іміджу керівника. Імідж персоналу. Імідж продукції (товару, послуги). Імідж управлінський та фінансовий. Імідж соціальний. Імідж організації як роботодавця. Принципи формування позитивного іміджу організації для зовнішньої громадськості. Діяльність зі створення іміджу організації: терміни та провідні агенти. Пряме та непряме інформування. Технологія «Троянський кінь», як приклад використання непрямой інформації.

### **Тема №6. Іміджеві технології в рекламі.**

Імідж-реклама: поняття, цілі, функції, види. Роль психічних процесів у формуванні рекламних іміджевих образів. Психологія мотивації у рекламі. Психотехнології рекламних іміджевих засобів. Психотехнології створення іміджу рекламних текстів. Рекламний медіа-менеджмент. Телевізійна та відео реклама. Інтернет-реклама. Політична реклама. Психологія ставлення до імідж-реклами. Психологічна ефективність імідж-реклами: проблеми та методики розрахунку. Метод фокус-груп у дослідженні інтересів споживачів. Наслідки некоректної імідж-реклами. Психотехнічний аналіз імідж-реклами. Матриця рекламного впливу.

### **Тема №7. Імідж психолога.**

Психологічні основи формування іміджу психолога. Екстраверти та інтроверти: специфіка формування іміджу. Самопрезентація. Технології самопрезентації. Онлайн-просування психолога через соціальні мережі: технології та стратегії. Етикет: види та функції в побудові іміджу психолога. Організація роботи над створенням самоіміджу психолога. Рейтинг, репутація, престиж, авторитет.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

##### 4.1.1. Розподіл часу навчальної дисципліни за темами (денна форма навчання)

Номер та назва навчальної теми	Кількість годин, відведених на вивчення навчальної дисципліни						Вид контролю
	Всього	з них:					
		лекції	Семінарські заняття	Практичні заняття	Лабораторні заняття	Самостійна робота	
Семестр 6							
Тема № 1. Імідж та його природа.	20	4	1	1	-	14	залік
Тема № 2. Іміджмейкерство та його особливості.	20	4	1	1	-	14	
Тема № 3. Технології управління особистим іміджем.	20	5	2	2	-	11	
Тема № 4. Особливості створення ділового іміджу.	20	5	2	2	-	11	
Тема № 5. Імідж організації.	25	5	2	2	-	16	
Тема № 6. Іміджеві технології в рекламі.	20	4	2	2	-	12	
Тема № 7. Імідж психолога.	25	5	2	2	-	16	
Всього за семестр № 6	150	32	12	12	-	94	

#### 4.1.2. Розподіл часу навчальної дисципліни за темами (заочна форма навчання)

Номер та назва навчальної теми	Кількість годин, відведених на вивчення навчальної дисципліни						Вид контролю
	Всього	з них:					
		лекції	Семінарські заняття	Практичні заняття	Лабораторні заняття	Самостійна робота	
Семестр 6							
Тема № 1. Імідж та його природа.	20	1	0.5	-	-	18.5	залік
Тема № 2. Іміджмейкерство та його особливості.	20	1	0.5	-	-	18.5	
Тема № 3. Технології управління особистим іміджем.	20	1	1	0.5	-	17.5	
Тема № 4. Особливості створення ділового іміджу.	20	2	1	1	-	16	
Тема № 5. Імідж організації.	25	2	1	1	-	21	
Тема № 6. Іміджеві технології в рекламі.	20	1	1	0.5	-	17.5	
Тема № 7. Імідж психолога.	25	2	1	1	-	21	
Всього за семестр № 6	150	10	6	4	-	130	

#### 4.1.3. Питання, що виносяться на самостійне опрацювання

Перелік питань до тем навчальної дисципліни			Література:
Тема № 1. Імідж та його природа.			
	Підготувати відповіді на запитання:		1, 2, 3, 4, 5, 8, 12, 18, 20
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Біологічний, комунікативний, соціальний, міфологічний, професійний та контекстний компоненти іміджу.</li> <li>Чи є відмінність між поняттями «іміджологія» та «іміджмейкерство».</li> <li>Коли вперше з'являється термін «імідж» у галузі наукового знання.</li> <li>Що означає маніпуляція та міфологізація в іміджмейкерстві.</li> <li>Перерахуйте найхарактерніші складові частини імідж-образу.</li> </ol>		
	Теми есе для самостійної роботи:		
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Теоретико-методологічні основи іміджології.</li> <li>Філософія іміджу.</li> <li>Іміджологія: наука, практика, мистецтво.</li> <li>Імідж як центральна категорія іміджології.</li> </ol>		



		5. Проблема класифікації іміджу. 6. Види, компоненти та функції іміджу.	
		Тема № 2. Іміджмейкерство та його особливості.	
		Підготувати виступи за темами: 1. Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність 2. Імідж як центральна категорія. 3. Іміджування як стратегія та тактика роботи іміджмейкера. 4. Самопрезентація у системі технології іміджування. 5. Індивідуальний імідж в іміджології та соціальному просторі.	1,2,3, 5, 8, 11, 12, 15, 17, 19, 22
		Тема № 3. Технології управління особистим іміджем.	
		Підготувати відповіді на запитання: 1. Визначення поняття «харизматичний імідж». 2. Психологічні особливості у створенні ділового іміджу. 3. Структура особистісного іміджу. 4. Основні глибинні характеристики іміджу. 5. Основа публічного образу конкретної людини. 6. Порівняльний аналіз ділового іміджу чоловіка та жінки. 7. Специфіка законів «жіночої логіки» щодо іміджу. 8. Компоненти ділового іміджу, які підкреслюють гармонійність образу. Підготувати доповіді за темами: 1. Соціально-психологічні передумови формування та функціонування іміджу. 2. Персональна іміджологія. Структура індивідуального (особистого) іміджу. 3. Персональна іміджологія. Зовнішня маніфестація іміджу особистості. Практичне завдання: Використовуючи метод міфодизайну, напишіть портретний нарис про політичного діяча, представника шоу-бізнесу для: 1) жіночого журналу та 2) місцевої газети.	1, 2, 3, 4, 6, 9, 12, 15, 16, 17, 25, 26
		Тема № 4. Особливості створення ділового іміджу.	
		Підготувати відповіді на запитання: 1. Які компоненти містить структура особистісного іміджу. 2. Перелічіть, будь-ласка, символи, з яких складається національний імідж України. 3. Зазначте особливості ділового іміджу чоловіка та жінки. 4. Що є нормою в макіяжі бізнес-леді? 5. Визначте основні категорії габітарного іміджу. 6. Назвіть головний аксесуар ділового іміджу чоловіка. 7. Чи повинна бізнес-леді наслідувати моду? Написати творчі роботи, додавши фотографії, ілюстрації, малюнки. Запропоновано такі теми робіт: 1. Мій власний імідж: реалії та перспективи. 2. Міф, який впливає на створення власного іміджу. 3. Моя професія: особливості створення ділового іміджу	1, 2, 3, 7, 10, 11, 14, 17, 18, 24

	<p>офіс-менеджера.</p> <p>4. Середовищний імідж та його значення у власному житті (на прикладі фірми, інтер'єру офісу або житла, марки авто).</p> <p>5. Я іміджмейкер: визначення габітарного іміджу людини (по конкретному зображенню її на портреті, картині, фото) зробити аналіз зовнішніх характеристик: одяг, зовнішність, макіяж, зачіска тощо).</p> <p>6. Імідж, який мене вразив</p> <p>Практичне завдання: 1) Складіть портфоліо сфабрикованих /штучних чуток для певної публічної особи.</p>	
	Тема № 5. Імідж організації.	
	<p>Підготувати відповіді на запитання:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Етапи створення іміджу організації.</li> <li>2. Основні засоби формування іміджу організації.</li> <li>3. Головні елементи іміджу організації.</li> <li>4. Вплив іміджу на конкурентноздатність організації.</li> <li>5. Методологічні основи побудови іміджу і тактика формування успішного іміджу організації.</li> <li>6. Різні рівні іміджу підприємства.</li> <li>7. Імідж галузі.</li> <li>8. Вимір іміджу підприємства.</li> <li>9. Позитивний імідж керівника як чинник ефективності діяльності організації.</li> </ol> <p>Виконати практичне завдання:</p> <p>1) Вивчити особливості формування корпоративного іміджу в будь-якій компанії та проаналізувати стан формування корпоративного іміджу; визначити критерії, які на нього впливають.</p> <p>2) Оберіть керівника організації комерційної сфери та проаналізуйте його імідж. Оберіть з усіх характеристик ті, які б були корисні вам як керівнику організації.</p> <p>Підготувати міні-довідки за темами:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Створення іміджу організації.</li> <li>2. Створення іміджу організації (корпоративний імідж): основні вимоги та чинники формування.</li> <li>3. Психологічні рекомендації з формування позитивного іміджу організації.</li> <li>4. Базова структурна модель іміджу організації.</li> <li>5. Позитивний імідж керівника організації: психологічна сутність та умови розвитку.</li> </ol>	1, 2, 5, 7, 11, 12, 15, 17, 19, 23, 26
	Тема № 6. Іміджеві технології в рекламі.	
	<p>Підготувати відповіді на запитання:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Окреслити основні етапи формування психології реклами як науково-теоретичного знання та галузі практичної діяльності.</li> <li>2. Визначити основні напрями використання психологічних знань у рекламній діяльності в залежності від соціальних та маркетингових завдань.</li> <li>3. Визначити шляхи та оптимальні засоби рекламування соціально-політичних викликів суспільства та завдань по створенню привабливого іміджу</li> </ol>	1, 2, 3, 8, 13, 15, 16, 17, 19, 25.

		<p>політичної організації та руху.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Визначити доцільність створення певного виду рекламного продукту в залежності від цілей і задач, сформульованих рекламодавцем.</li> <li>Визначити оптимальні засоби і прийоми формування рекламного образу на основі конкретної технології психологічного впливу.</li> <li>Визначити шляхи та напрями психологічного аудиту рекламної продукції, сформулювати пропозиції щодо її корекції та оптимізації.</li> </ol> <p>Підготувати міні-дповіді за темами:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Специфіка професії іміджмейкера. Професійні орієнтири іміджмейкера. Діяльність іміджмейкера та психологія сприйняття образу.</li> <li>Іміджування як стратегія та тактика роботи іміджмейкера.</li> <li>Іміджування – технологія корекційно-виховного впливу.</li> <li>Принципи роботи сучасних імідж-центрів.</li> <li>Базова модель технології іміджування та її складові. Поняття Я- концепції, її місце у технології іміджування</li> </ol>	
		Тема № 7. Імідж психолога.	
		<p>Підготувати міні-дповіді за темами:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Позиціювання, маніпулювання, міфологізація як основні інструменти впливу психолога на аудиторію</li> <li>Емоціоналізація, вербалізація, візуалізація як основні прийоми іміджування психолога.</li> <li>Деталізація та метафоризація іміджу психолога у соціальному просторі.</li> <li>Нейролінгвістичне програмування у процесі створення іміджу психолога.</li> <li>Принципи психологічного проектування іміджу психолога (принципи цілісності та заданості).</li> </ol> <p>Виконати практичне завдання: Вправа для соціально-психологічного тренінгу «Який я психолог?» (реалізується у ході практичного заняття). Завдання: проставте в стовпчик номери від 1 до 10 і дайте десять відповідей на питання «Який я психолог?». Враховуйте будь-які свої характеристики, риси, інтереси, емоції – усе, що здається Вам придатним для того, щоб описати себе фразою, що починається «Я – ...». Готовий перелік кожен учасник оголошує перед групою.</p>	1, 2, 3, 4, 5, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 25

## 5. Індивідуальні завдання

### 5.1.1. Теми рефератів

немає

### 5.1.2. Теми курсових робіт

немає

### **5.1.3. Теми наукових робіт** немає

## **6. Методи навчання**

Навчання з дисципліни проходить у формі: лекцій, семінарських та практичних занять, а також самостійної та індивідуальної роботи. В процесі навчання використовуються наступні методи:

- лекції,
- інтерактивний метод,
- пояснювально-ілюстративний,
- метод наукового порівняння
- частково-пошуковий метод,
- метод виконання кейсу;
- дослідницький метод,
- метод проектів у формі індивідуальних/групових навчальних проектів,
- метод проблемного викладання.

## **7. Перелік питань та завдань, що виносяться на підсумковий контроль**

### **Питання для підсумкового контролю (залік)**

1. Поняття «імідж» та його природа.
2. Розкрийте поняття «іміджелогія» та «іміджмейкерство».
3. Іміджелогія: предмет та мета курсу.
4. Визначте характерні особливості ділового іміджу.
5. Типи іміджу.
6. Етапи іміджу.
7. Маніпуляція та міфологізація в іміджмейкерстві.
8. Розкрийте найхарактерніші складові частини іміджобразу.
9. Основні функції іміджу.
10. Імідж як міфологічний архетип.
11. Іміджмейкінг та його цілі.
12. Психологічні особливості створення іміджу.
13. Анатомія особистісного іміджу.
14. Кольори як одна з важливих складових частин іміджевої символіки.
15. Охарактеризуйте об'єкти іміджування за дослідженнями Г. Почепцова.
16. Корпоративна культура та її особливості.
17. Характерні показники іміджу організації.
18. Види стилю.
19. Тренінгові програми як основа корпоративного іміджу.
20. Стиль як основа іміджу.
21. Психологічні особливості у створенні ділового іміджу
22. Глибинні характеристики іміджу.
23. Аксесуари як одна зі складових частин іміджу ділової людини.

- 24.Подібність та відмінність у діловому іміджі чоловіка й жінки.
- 25.Закони «жіночої логіки» у контексті створення іміджевого образу.
- 26.Стратегії управління особистісним іміджем.
- 27.Національний імідж України.
- 28.Самомоніторинг та його цілі.
- 29.Техніки створення яскравого імідж-образу.
- 30.Габітарний імідж та його особливості.
- 31.Мода крізь призму створення образу.
- 32.Індивідуальний стиль.
- 33.Неймінг.
- 34.Етикет ділових взаємовідносин.
- 35.Дизайн офісу як компонент іміджу фірми.
- 36.Внутрішній PR фірми та його особливості.
- 37.Символи при створенні іміджу.
- 38.Костюм ділової людини: основні вимоги.
- 39.Співвідношення кольорів у чоловічому одязі.
- 40.Імідж ділової жінки в сучасному світі.
- 41.Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду жінки.
- 42.Імідж ділового чоловіка в сучасному світі.
- 43.Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду чоловіка.
- 44.Поняття «імідж організації».
- 45.Структура іміджу організації.
- 46.Імідж керівника.
- 47.Специфіка формування іміджу керівника.
- 48.Особливості побудови іміджу персоналу.
- 49.Поняття «імідж-реклама».
- 50.Види та функції імідж-реклами.
- 51.Когнітивний аспект рекламного впливу.
- 52.Емоційний аспект рекламного впливу.
- 53.Рекламний іміджевий образ.
- 54.Психотехнологія рекламних імідж-засобів без зворотного зв'язку.
- 55.Психотехнологія рекламних імідж-засобів зі зворотним зв'язком.
- 56.Психотехнології рекламного тексту.
- 57.Психографіка рекламного тексту.
- 58.Структура рекламного тексту.
- 59.Психотехнологія ілюстрації в рекламі.
- 60.Психолінгвістика рекламного тексту.
- 61.Політична реклама.
- 62.Гіпнотичний підхід в імідж-рекламі.
- 63.Техніки еріксоніанського гіпнозу в імідж-рекламі
- 64.Підхід нейролінгвістичного програмування (NLP) в імідж-рекламі.
- 65.«Нечесна» імідж реклама та її психологічні наслідки.
- 66.Імідж психолога.
- 67.Особливості формування іміджу психолога.
- 68.Самопрезентація.

- 69.Професійний етикет психолога.
- 70.Я-концепція у технології іміджування.
- 71.Самореклама.
- 72.Особистісне просування як фахівця.
- 73.Соціальні мережі як платформа створення особистісного бренду.
- 74.Репутація психолога.
- 75.Авторитет психолога.

## **8. Критерії та засоби оцінювання результатів навчання здобувачів**

Оцінювання навчальної дисципліни проводиться за результатами поточного та підсумкового контролю:

- поточний контроль - 50 балів
- підсумковий контроль 50 балів.

Оцінка за поточний контроль складається з оцінювання аудиторної та результатів самостійної роботи здобувача.

Підсумкові бали з навчальної дисципліни за семестр, визначаються як сума балів, отриманих здобувачем протягом семестру та балів, набраних на підсумковому контролі (заліку).

**Здобувач вищої освіти має право на визнання результатів навчання (умінь, компетентностей) у неформальній та/або інформальній освіті**, які поширюється на дисципліни обов'язкової та вибіркової компонент, що за тематикою та змістом відповідають як навчальній дисципліні загалом, так і її окремим розділам, темам, індивідуальним завданням (курсова робота, контрольна робота тощо), які передбачені робочою програмою (силабусом) конкретної навчальної дисципліни. (Посилання на Положення про порядок визнання в Харківському національному університеті внутрішніх справ **результатів** навчання (умінь, компетентностей) у неформальній та/або інформальній освіті [http://univd.edu.ua/files/generaldocs/non\\_formal\\_education.pdf](http://univd.edu.ua/files/generaldocs/non_formal_education.pdf) ).

Контрольні заходи оцінювання результатів навчання включають в себе поточний та підсумковий контроль.

До форм поточного контролю належить оцінювання:

- рівня знань під час семінарських та практичних занять;
- якості виконання індивідуальної та самостійної роботи;
- оцінка роботи в малих групах.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку набутих здобувачем вищої освіти знань, умінь та інших компетентностей з навчальної дисципліни, рівень самостійної підготовки до занять.

**Поточний контроль.** До форм поточного контролю належить оцінювання:

- рівня знань під час практичних занять;
- якості виконання самостійної роботи.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку набутих здобувачем вищої освіти (далі – здобувач) знань, умінь та інших компетентностей з навчальної дисципліни.

У ході поточного контролю проводиться систематичний вимір приросту знань, їх корекція. Результати поточного контролю заносяться до журналів обліку роботи академічної групи за національною системою оцінювання («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»).

Оцінки за самостійну роботу виставляються в журналі обліку роботи академічної групи окремою графою за національною системою оцінювання («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»). Результати цієї роботи враховуються під час виставлення підсумкових оцінок.

При розрахунку успішності здобувачів враховуються такі види робіт: навчальні заняття (практичні) самостійна робота (виконання домашніх завдань, ведення конспектів, виконання практичних завдань, підготовка рефератів, наукових робіт, публікацій, виступи на наукових конференціях, семінарах та інше); контрольні роботи (виконання тестів, контрольних робіт у формі, передбаченій робочою програмою навчальної дисципліни). Вони оцінюються за національною системою оцінювання («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»).

***Здобувач, який отримав оцінку «незадовільно» за навчальні заняття або самостійну роботу, зобов'язаний перескласти її.***

Загальна кількість балів (оцінка), отримана здобувачем за семестр перед підсумковим контролем, розраховується як середньоарифметичне значення з оцінок за навчальні заняття та самостійну роботу, та для переводу до 100-бальної системи помножується на коефіцієнт **10**.

**Підсумковий контроль.** Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання на певному ступені вищої освіти або на окремих його завершених етапах.

Для обліку результатів підсумкового контролю використовується поточно-накопичувальна інформація, яка реєструється в журналах обліку роботи академічної групи. Результати підсумкового контролю з дисциплін відображаються у відомостях обліку успішності, навчальних картках здобувачів, залікових книжках. ***Присутність здобувачів на проведенні підсумкового контролю (заліку, екзамену) обов'язкова.*** Якщо здобувач вищої освіти не з'явився на підсумковий контроль (залік, екзамен), то науково-педагогічний працівник ставить у відомість обліку успішності відмітку «не з'явився».

***Підсумковий контроль (екзамен)*** оцінюється за національною шкалою. Для переводу результатів, набраних на підсумковому контролі, з національної системи оцінювання в 100-бальну вводиться коефіцієнт **10**, таким чином максимальна кількість балів на підсумковому контролі (екзамені), які використовуються при розрахунку успішності здобувачів, становить **50**.

Підсумкові бали з навчальної дисципліни визначаються як сума балів, отриманих здобувачем протягом семестру, та балів, набраних на підсумковому контролі (екзамені, заліку).

*Підсумкові бали  
навчальної  
дисципліни*

*Загальна кількість балів  
(перед підсумковим  
контролем)*

*Кількість балів за  
підсумковим контролем*

Здобувач вищої освіти, який під час складання підсумкового контролю (екзамен) отримав незадовільну оцінку, складає його повторно. Повторне складання підсумкового екзамену чи заліку допускається не більше двох разів з кожної навчальної дисципліни: один раз – викладачеві, а другий – комісії, до складу якої входить керівник відповідної кафедри та 2-3 науково-педагогічних працівники.

Умови визначення навчального рейтингу здобувача, а також вимоги і критерії оцінювання деталізовані нижче.

<b>УМОВИ ВИЗНАЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОГО РЕЙТИНГУ ЗА СЕМЕСТР</b>			
<b>Вид роботи</b>	<b>Кількість</b>	<b>Максимум балів за 1 вид роботи</b>	<b>Разом</b>
Робота на лекційному занятті	18	1	18
Робота на семінарському занятті	6	2	12
Робота на практичному у занятті	6	3	18
Індивідуальне завдання	1	2	2
Підсумковий контроль (залік)	1	50	50
<b>Всього</b>			100
<b>ВИМОГИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ</b>			
<b>Вид роботи</b>	<b>Кількість балів за один вид робіт</b>	<b>Критерії оцінювання</b>	
<b>Робота на лекційному занятті</b>	1	Всі лекції з даного курсу мають інтерактивний характер, отже максимальну оцінку за роботу на лекції отримують здобувачі, які постійно включені в обговорення питань лекції, проявляють ініціативність.	
	0,5	Даний бал отримують здобувачі, які не беруть участі у обговоренні, втім демонструють уважність і не відволікаються від ходу лекції на сторонні справи.	
	0	Здобувач не приймає участі в лекційному занятті, порушує дисципліну, не слухає викладача, постійно відволікається або відсутній на занятті. Кожне пропущене заняття повинне бути відпрацьоване.	
	2/3	Здобувач бере участь в опрацюванні питань заняття (доповнення, відповідь на питання викладача), бере участь у вирішенні практичних завдань, виступає із змістовною доповіддю на питання за планом, проявляє ґрунтовну підготовку, висловлює власну точку зору щодо висвітлюваної проблеми й підкріплює її	



<b>Робота семінарському практичному занятті</b>	<b>на та</b>		аргументацією, правильно відповідає на уточнюючі питання
		1/2	Здобувач бере участь в опрацюванні питань (доповнення, відповідь на питання викладача), за умови, що відповідь буде правильною. Приймає участь у вирішенні практичних завдань але допускає несуттєві помилки.
		0.5/1	Здобувач уважно слухає інших і іноді доповнює відповіді на питання заняття та епізодично приймає участь у вирішенні практичних завдань при цьому відповіді не обґрунтовані і з помилками.
		0	Здобувач не приймає участі в занятті, порушує дисципліну, не слухає інших, постійно відволікається або відсутній на занятті. Кожне пропущене заняття повинне бути відпрацьоване.
<b>Індивідуальне завдання</b>		2	Індивідуальне завдання передбачає виконання здобувачем письмової роботи за обраною темою, яка має науковий характер і ґрунтується на аналізі інформації не менш ніж з трьох наукових джерел. Максимальну кількість балів отримують здобувачі, які демонструють належний рівень знань і розуміння теми, знайомство із основними тенденціями, виявляють аналітичні здібності, здатність до самостійного, системного, логічного і послідовного мислення. Роботу оформлено відповідно до вимог.
		1	Індивідуальне завдання виконано частково та потребувало доопрацювання. Окремим частинам викладу бракує аналітичного характеру.
		0.5	Виконано частково, доопрацювання не було здійснене, терміни порушені. Роботі суттєво бракує систематичного аналізу й логічного та послідовного викладу. Робота містить фактографічні неточності та/або необґрунтовані судження.
		0	Завдання не виконано або виконано з порушенням вимог академічної доброчесності
<b>Підсумковий контроль</b>		1-50	<i>Підсумковий контроль (залік) проводиться у вигляді усних відповідей на білети, що включають три питання. Підсумковий контроль може проводитися у вигляді тестів (50 питань) кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал.</i>
		50-41	Відповіді на усі питання білету відтворюються в повному обсязі, відповідь правильна, обґрунтована, логічна, містить аналіз і систематизацію, зроблені аргументовані висновки. Здобувач показує при цьому глибоке оволодіння матеріалом, здатний висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з конкретної проблеми, проявляє вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал.

	40-31	При відповіді на питання екзаменаційного білету відтворюється значна частина питань. Здобувач виявляє знання і розуміння основних положень, певною мірою може аналізувати, порівнювати та робити висновки. Питання висвітлює повно, висвітлення їх завершено висновками, виявлене уміння аналізувати факти й події. Але у відповідях допущені несуттєві помилки, деякі незначні помилки, має місце недостатня аргументованість при викладенні матеріалу, нечітко виражене власне ставлення до фактів.
	30-21	В відповіді відтворюються основні моменти питань без достатнього розуміння; здобувач у цілому оволодів суттю питань з даної теми, намагається аналізувати факти й події, робити висновки. Але відповідь неповна, припускаються помилки, припущені неточності.
	20-1	Оцінюється відповідь, що містить рівень елементарного відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів, фрагментів питань. Здобувач виявив неспроможність в повному обсязі висвітлити питання чи питання висвітлені неправильно, безсистемно, з грубими помилками, відсутні розуміння основної суті питань, висновки, узагальнення. У відповідях припущені суттєві помилки.

## 9. Шкала оцінювання: національна та ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
97-100	Відмінно («зараховано»)	A	«Відмінно» – теоретичний зміст курсу засвоєний цілком, потрібні практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані, усі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання, виконані в повному обсязі, відмінна робота без помилок або з однією незначною помилкою
94-96			
90-93			
85-89	Добре («зараховано»)	B	«Дуже добре» – теоретичний зміст курсу засвоєний цілком, потрібні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання, виконані, якість виконання жодного з них не оцінена мінімальним числом балів, деякі види завдань виконані з помилками, робота з декількома незначними помилками, або з однією-двома значними помилками.
80-84			

75 – 79		C	«Добре» – теоретичний зміст курсу освоєний <b>цілком</b> , практичні навички роботи з освоєним матеріалом <b>в основному</b> сформовані, <b>всі</b> навчальні завдання, які передбачені програмою навчання, <b>виконані</b> , якість виконання <b>жодного</b> з них <b>не оцінено мінімальним</b> числом балів, деякі види завдань виконані <b>з помилками</b> , робота з декількома незначними помилками або з однією–двома значними помилками.
70-74	Задовільно («зараховано»)	D	«Задовільно» – теоретичний зміст курсу засвоєний частково, але прогалини не носять істотний характер, потрібні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконана, деякі з виконаних завдань містять помилки, робота з трьома значними помилками
65-69			
60-64		E	«Достатньо» – теоретичний зміст курсу засвоєний частково, деякі практичні навички роботи не сформовані, частина передбачених програмою навчання навчальних завдань не виконана або якість виконання деяких з них оцінена числом балів, близьким до мінімального, робота, що задовольняє мінімуму критеріїв оцінки
40-59	Незадовільно («не зараховано»)	FX	«Умовно незадовільно» – теоретичний зміст курсу засвоєний частково, потрібні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених програм навчання, навчальних завдань не виконана, або якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до мінімального; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання навчальних завдань (з можливістю повторного складання), робота, що потребує доробки
21-40			
1–20		F	«Безумовно незадовільно» – теоретичний зміст курсу не освоєний, потрібні практичні навички роботи несформовані, всі виконані навчальні завдання містять грубі помилки, додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не приведе до значного підвищення якості виконання навчальних завдань, робота, що потребує повної переробки

## 10. Рекомендована література (основна, допоміжна), інформаційні ресурси в Інтернеті

### Основна:

1. Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання. За наук. ред. В. М. Бебика. К.: Університет «Україна», 2018. 217 с.
2. Бондаренко І.С. Іміджологія: Психологія іміджу: Навч.-метод. посібн. для студ. освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя: ЗНУ, 2014. 122 с.
3. Бондаренко І.С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. 320 с.
4. Бондаренко І.С. Іміджологія: Імідж особистості: Навч.-метод. посін. для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя: ЗНУ, 2014. 162 с.
5. Палеха Ю.І. Іміджологія: навчальний посібник. К.: Вид-во Європейського

ун-ту, 2004. 324 с.

6. Хавкіна Л. М. Іміджологія: навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 88 с.
7. Іванов В.Ф., Бугрим В.В., Башук А.І. та ін.; за заг. ред. Іванова В.Ф., Різуна В.В. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник К.: ВПЦ «Київ. ун-т», 2011. 432 с.

#### **Допоміжна:**

8. Барна Н.В. Образне імідж-мислення в аспекті мистецької діяльності. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. К.: Міленіум, 2015. № 15. 276 с.
9. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка наблік рилейшнз: Моногр. К.: МАУП, 2015. 440 с.
10. Гриценко Т. Б., Гриценко С.П., Іщенко Т.Д., Мельничук Т.Ф., Чуприк Н.В., Анохіна Л.П. Етика ділового спілкування: / за редакцією Т.Б. Гриценко, Т.Д. Іщенко, Т.Ф. Мельничук. Навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2017. 344 с.
11. Іміджологія: Навч.-метод. матеріали до курсу / Харк. держ. акад. культури; Уклад.: Ю. Є. Петрухно. Х.: ХДАК., 2013. 23 с.
12. Колосовська І.І. Іміджологія: теоретико-прикладні засади: навчально-методичний посібник. Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2018. 48 с.
13. Королько В. Г. Паблік рилейшнз: наукові основи, методика, практика : підручн. К.: Видавн. дім «Скарби», 2011. 400 с.
14. Луньов О. Формування власного позитивного іміджу. Київ: Ін-т громад, суспільства, 2011. 70.
15. Маценко В. Технологія іміджу. Київ: Главник, 2015. 96 с.
16. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу: Моногр. / Т.Б. Хомуленко, Ю.Г. Падафет, О.В. Скориніна. Харків: ВД "Інжек", 2015. 272 с.
17. Чебикін О. Я. Психологічні особливості формування основ професійного іміджу: монографія. Одеса: СВД М.П. Черкасов, 2019. 223 с

#### **Інформаційні ресурси в Інтернеті:**

18. Пошукова система Google Scholar <http://scholar.google.com/>
19. Пошукова система Springer <https://link.springer.com/>
20. Пошукова система Scirus <https://www.elsevier.com/>
21. Пошукова система Google books <https://books.google.com/>
22. Пошукова система Base <https://www.base-search.net/>
23. Пошукова система DOAB <https://www.doabooks.org/>
1. Пошукова система SpringerOpen <https://www.springeropen.com/>
2. Система пошуку наукової інформації у відкритих архівах України (SSM) <https://oai.org.ua/>
3. Електронна бібліотека Наукова періодика України <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>