

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра менеджменту

СИЛАБУС
вибіркового освітнього компонента
ІМІДЖОЛОГІЯ

підготовки магістра
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право
спеціальності D3 Менеджмент
освітньо-професійної програми Менеджмент організацій

Силабус вибіркового освітнього компонента «ІМІДЖОЛОГІЯ» підготовки магістра, галузі знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальності D3 Менеджмент, за освітньо-професійною програмою Менеджмент організацій.

Розробник: Олеся Тоцька, професор кафедри менеджменту, доктор економічних наук, професор

Погоджено

Гарант освітньо-професійної
програми Менеджмент організацій

Лариса ЮЩИШИНА

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри менеджменту

протокол № 2 від 15 вересня 2025 р.

Завідувач кафедри

Наталія ХОМЮК

I. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна форма здобуття освіти	D Бізнес, адміністрування та право	Вибірковий
Кількість годин / кредитів 120/4	D3 Менеджмент	Рік навчання 1-ий
		Семестр 1-ий
		Лекції 10 год.
		Практичні 14 год.
ІНДЗ: немає	Менеджмент організацій	Самостійна робота 88 год.
	Другий (магістерський)	Консультації 8 год.
Мова навчання		Форма контролю: залік
		Українська

II. Інформація про викладача

ППП – Тоцька Олеся Леонтіївна
 Науковий ступінь – доктор економічних наук
 Вчене звання – професор
 Посада – професор кафедри менеджменту
 Контактна інформація:

Електронна пошта: Totska.Olesia@vnu.edu.ua
 Дні занять розміщено на: <http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

III. Опис освітнього компонента

1. Анотація освітнього компонента. Освітній компонент «Іміджологія» належить до циклу вибіркових дисциплін, спрямований на формування у здобувачів освіти системи компетентностей щодо застосування технологій створення позитивного іміджу.

2 Мета та завдання освітнього компонента

Мета викладання освітнього компонента – формування у здобувачів освіти системи спеціальних знань і професійних компетентностей щодо застосування технологій створення позитивного іміджу.

Основними **завданнями** освітнього компонента є ознайомити здобувачів освіти з іміджем як соціокультурним феноменом і наукою; виробити практичні навички застосування технологій управління іміджем, формування персонального, корпоративного й територіального іміджу, конструювання іміджу товару та послуги.

3. М'які навички (soft skills). Вивчення освітнього компонента «Іміджологія» сприятиме формуванню таких м'яких навичок: уміння працювати з інформацією; творчий підхід; самоконтроль і самоорганізація.

4. Структура освітнього компонента

Назви тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	*Форма контролю / Бали
Тема 1. Імідж як соціокультурний феномен	18	1	2	13	2	ТР(14)
Тема 2. Іміджологія як наука	16	1	2	12	1	ТР(14)
Тема 3. Технології управління іміджем	16	1	2	12	1	ТР(14)
Тема 4. Персональний іміджмейкінг	17	1	2	13	1	ТР(15)
Тема 5. Корпоративний імідж як об'єкт управління	18	2	2	13	1	ТР(15)
Тема 6. Конструювання іміджу товару та послуги	18	2	2	13	1	ТР(14)
Тема 7. Територіальний імідж	17	2	2	12	1	ТР(14)
Всього годин / Балів	120	10	14	88	8	100

Форма контролю*: ТР – тренінг.

5. Завдання для самостійного опрацювання

Самостійна робота з освітнього компонента передбачає підготовку до аудиторних (практичних) занять:

- опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу;
- підготовку до практичних занять.

Питання та завдання для самостійної роботи визначені відповідними темами освітнього компонента.

IV. Політика оцінювання

Політика викладача щодо здобувача освіти: відвідування занять є обов'язковим. Здобувачі освіти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених силабусом. Пропущені заняття потрібно відпрацьовувати у визначений час згідно затвердженого графіка.

За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, участь у наукових заходах тощо) навчання в цей період може відбуватися в онлайн формі або за індивідуальним планом за погодженням із викладачем.

Здобувач освіти повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь в освітньому процесі.

Політика щодо академічної доброчесності окреслюється Положенням про систему запобігання та виявлення академічного плагиату в науковій та навчальній діяльності здобувачів вищої освіти, докторантів, науково-педагогічних і наукових працівників Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/jntduw>) та Кодексом академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/aagxg>).

Політика щодо рецензів і перескладання: у випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацьовувати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми.

Можливість отримати додаткові (бонусні) бали: здобувачам освіти може бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю (максимум 15 балів) за такі види робіт: опубліковану наукову статтю у фахових виданнях України чи рецензованих закордонних журналах – 10 балів; публікацію тез із виступом на конференції – 5 балів, без виступу – 3 бали; підготовку й участь у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 7 балів; перемогу у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 15 балів; подачу проєктних заявок на участь у студентських програмах обміну, стипендійних програмах, літніх і зимових школах тощо – 7 балів.

V. Підсумковий контроль

Порядок організації поточного та підсумкового контролю знань здобувачів освіти регламентується Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки (<https://surl.li/vtzfet>).

Семестровий залік виставляється здобувачам освіти на підставі результатів виконання всіх видів запланованої навчальної роботи протягом семестру за 100-бальною шкалою.

Ліквідація академічної заборгованості проводиться у вигляді опитування: чотири запитання по 25 балів. Максимальна оцінка – 100 балів.

Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком освітнього процесу.

Перелік питань на залік

1. Природа іміджу.
2. Поняття стереотипу.
3. Види стереотипів.
4. Типи іміджу та його функції.
5. Сутність іміджології.

6. Основні етапи розвитку іміджології.
7. Формування іміджу.
8. Управління іміджем.
9. Технології створення індивідуального іміджу.
10. Характеристика основних елементів індивідуального іміджу.
11. Габітарний імідж.
12. Кінетичний імідж.
13. Вербальний імідж.
14. Діяльнісний імідж.
15. Поняття «людини-бренду».
16. Сутність, види, структура, функції корпоративного іміджу.
17. Фірмовий стиль.
18. Імідж товару (послуги).
19. Імідж споживачів товару.
20. Імідж керівника та його команди.
21. Імідж персоналу
22. Внутрішній імідж організації.
23. Соціальний імідж організації.
24. Бізнес-імідж організації.
25. Історія організації, її традиції.
26. Пабліситі, рекламна популярність.
27. Характеристика основних елементів іміджу організації.
28. Вибір товару / послуги як віддзеркалення стилю життя.
29. Фактори, що визначають імідж товару та послуги.
30. Хронотоп іміджу та засоби його конструювання.
31. Види іміджу товару / послуги та його зміни.
32. Бренд-імідж.
33. Основні складові іміджу території.
34. Політичний і культурний імідж країни.
35. Рейтинг України у світі за різними індексами.

VI. Шкала оцінювання

Оцінювання результатів складання підсумкового контролю у вигляді заліку здійснюється в порядку, передбаченому прийнятою в Університеті системою контролю знань за 100-бальною шкалою з переведенням у лінгвістичну оцінку.

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90–100	Зараховано
82–89	
75–81	
67–74	
60–66	
0–59	Незараховано (необхідне перескладання)

Критерії оцінювання результатів навчання:

60–100 балів (зараховано): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента в обсязі, необхідному для подальшого навчання та майбутньої роботи за фахом, здатний виконувати завдання, передбачені програмою, ознайомлений з основною рекомендованою літературою; при виконанні завдань припускається помилок, але демонструє спроможність їх усувати.

0–59 балів (незараховано): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента на елементарному рівні, теоретичний зміст курсу не освоєний, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених силабусом завдань не виконано або містять грубі помилки.

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

1. Болотова В. О., Ляшенко Н. О., Агаларова К. А. Іміджологія: текст лекцій для студ. спец. 054 «Соціологія», 061 «Журналістика». Харків: НТУ «ХПІ», 2021. 50 с. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/53e3f9f6-a404-4a39-b273-b295c8de57c6/content>.
2. Повалій Т. Л., Бойко О. П., Котенко О. О. Іміджологія та брендинг у соціокультурній діяльності: навч. посіб. Суми: Сумський держ ун-т, 2024. 257 с. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi79/0059509.pdf>.
3. Леськова С. В., Пастущин С. М. Теоретичні основи формування і підтримки іміджу підприємства. *Трансформаційна економіка*. 2023. № 1. С. 39–43. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/tranec_2023_1_9.
4. Савіна Г. Г., Макаруч Д. С. Сутність управління іміджем організації в сучасних умовах. *Вісник Херсонського нац. тех. ун-ту*. 2021. № 1. С. 257–263. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtu_2021_1_35.
5. Тарасюк М. В., Савченко Д. М. Управління формуванням іміджу організації. *Ефективна економіка*. 2023. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2023_11_29.