

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. І. А. МАРКІНОЇ

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Управління професійним іміджем**  
*(вибіркова фахова навчальна дисципліна)*

Розробник: **Воронько-Невіднича Тетяна** – завідувач, доцент кафедри менеджменту  
ім. І. А. Маркіної, кандидат економічних наук, доцент

**Полтава 2022**

## Форма опису навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСІЙНИМ ІМІДЖЕМ
Назва структурного підрозділу	Кафедра менеджменту ім. І. А. Маркіної навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: <b>Воронько-Невіднича Тетяна Вікторівна</b> , к.е.н., доцент Контакти: ауд. 488, навчальний корпус №4 e-mail: tetiana.voronko-nevidnycha@pdaa.edu.ua, тел.: 0509568685, сторінка викладача: <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/voronko-nevidnycha-tetyana-viktorivna">https://www.pdaa.edu.ua/people/voronko-nevidnycha-tetyana-viktorivna</a>
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Спеціальність Освітня програма	073 Менеджмент Бізнес-адміністрування
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	«Стратегічний менеджмент», «Тайм-менеджмент», «Управління підприємством у бізнес-середовищі»

### Заплановані результати навчання:

**Мета вивчення навчальної дисципліни** сформувати у здобувачів вищої освіти цілісного уявлення про сутність і значення створення зовнішнього та внутрішнього іміджу фахівця в процесі управлінської діяльності, навчити принципам, методам і технологіям створення й управління іміджем майбутнього фахівця, підприємства (організації, установи).

**Основні завдання навчальної дисципліни:** засвоєння теоретичних основ формування позитивного іміджу сучасного фахівця, технологій ділового етикету, стилів керівництва, теоретичних основ поведінки людини в організації, стратегій формування іміджу фахівця та підприємства (організації, установи); розкриття іміджу сучасного фахівця як цілісного соціально-економічного феномену, який впливає на результативність управлінської діяльності тощо.

### **Компетентності:**

*загальні:*

ЗК 3. Здатність використання інформаційних та комунікаційних технологій;

ЗК 6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність)

*фахові (спеціальні):*

СК3. Здатність до саморозвитку, навчання впродовж життя та ефективного самоменеджменту.

### **Програмні результати навчання:**

РН 10. Демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач.

### Програма навчальної дисципліни

**Тема 1.** Імідж: типи та функції

**Тема 2.** Поняття інструментарію в іміджелогії та специфіка його використання

**Тема 3.** Створення індивідуального іміджу: особистісний і професійний аспект

**Тема 4.** Принципи, етапи і засоби створення корпоративного іміджу

**Тема 5.** Засоби і методи підтримки та покращення іміджу

**Тема 6.** Створення іміджу організації (корпоративний імідж): основні вимоги та чинники

**Тема 7.** Імідж держави. Іміджева політика України

**Програма та структура навчальної дисципліни:**

**Структура (тематичний план) навчальної дисципліни**

Назви тем	Мен 2022 мд			
	усього	у т. ч.		
		л	п	с. р.
<b>Тема 1.</b> Імідж: типи та функції	18	2	4	12
<b>Тема 2.</b> Поняття інструментарію в іміджелогії та специфіка його використання	16	2	2	12
<b>Тема 3.</b> Створення індивідуального іміджу: особистісний і професійний аспект	18	4	4	10
<b>Тема 4.</b> Принципи, етапи і засоби створення корпоративного іміджу	16	2	4	10
<b>Тема 5.</b> Засоби і методи підтримки та покращення іміджу	18	2	4	12
<b>Тема 6.</b> Створення іміджу організації (корпоративний імідж): основні вимоги та чинники	18	2	4	12
<b>Тема 7.</b> Імідж держави. Іміджева політика України	16	2	2	12
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>80</b>

**5. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни**

Назви тем	Мен 2022 мз			
	усього	у т. ч.		
		л	п	с. р.
<b>Тема 1.</b> Імідж: типи та функції	18	2	-	16
<b>Тема 2.</b> Поняття інструментарію в іміджелогії та специфіка його використання	16	-	-	16
<b>Тема 3.</b> Створення індивідуального іміджу: особистісний і професійний аспект	16	-	-	16
<b>Тема 4.</b> Принципи, етапи і засоби створення корпоративного іміджу	18	-	-	18
<b>Тема 5.</b> Засоби і методи підтримки та покращення іміджу	16	-	-	16
<b>Тема 6.</b> Створення іміджу організації (корпоративний імідж): основні вимоги та чинники	18	2	2	14
<b>Тема 7.</b> Імідж держави. Іміджева політика України	18	2	2	14
в т. ч. індивідуальні завдання (контрольна робота)	10	-	-	10
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>110</b>

**Оцінювання результатів навчання:**

**Мен 2022 мд**

Програмні результати навчання	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом
	обговорення теоретичних питань	письмове та усне виконання вправ на практичних заняттях	виконання завдань самостійної роботи		
			презентація	написання тез	
РН 10. Демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач	21	42	27	10	100
<b>Разом</b>	<b>21</b>	<b>42</b>	<b>27</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

**Форми оцінювання результатів навчання**  
**Мен 2022 мз**

Програмні результати навчання	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом
	обговорення теоретичних питань	письмове та усне виконання вправ на практичних заняттях	виконання індивідуальної роботи (контрольна робота)	виконання самостійної роботи (написання тез)	
РН 10. Демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач	30	15	45	10	100
<b>Разом</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>45</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

**Схема нарахування балів з навчальної дисципліни**  
**Денна форма навчання**  
**Мен 2022 мд**

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом
	обговорення теоретичних питань	письмове та усне виконання вправ на практичних заняттях	виконання завдань самостійної роботи		
			презентація	написання тез	
<b>Тема 1.</b> Імідж: типи та функції	3	6			9
<b>Тема 2.</b> Поняття інструментарію в іміджелогії та специфіка його використання	3	6			9
<b>Тема 3.</b> Створення індивідуального іміджу: особистісний і професійний аспект	3	6			9
<b>Тема 4.</b> Принципи, етапи і засоби створення корпоративного іміджу	3	6			9
<b>Тема 5.</b> Засоби і методи підтримки та покращення іміджу	3	6			9
<b>Тема 6.</b> Створення іміджу організації (корпоративний імідж): основні вимоги та чинники	3	6			9
<b>Тема 7.</b> Імідж держави. Іміджева політика України	3	6			27
<b>Разом</b>	<b>21</b>	<b>42</b>	<b>27</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

**Схема нарахування балів з навчальної дисципліни**  
**Заочна форма навчання**  
**Мен 2022 мз**

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом
	обговорення теоретичних питань	письмове та усне виконання вправ на практичних заняттях	виконання індивідуальної роботи (контрольна робота)	виконання завдань самостійної роботи (написання тез)	
<b>Тема 1.</b> Імідж: типи та функції	-	-	45	10	-
<b>Тема 2.</b> Поняття інструментарію в іміджології та специфіка його використання	10	-			10
<b>Тема 3.</b> Створення індивідуального іміджу: особистісний і професійний аспект	-	-			-
<b>Тема 4.</b> Принципи, етапи і засоби створення корпоративного іміджу	-	-			-
<b>Тема 5.</b> Засоби і методи підтримки та покращення іміджу	-	-			-
<b>Тема 6.</b> Створення іміджу організації (корпоративний імідж): основні вимоги та чинники	10	7,5			17,5
<b>Тема 7.</b> Імідж держави. Іміджева політика України	10	7,5			17,5
Індивідуальне завдання (контрольна робота)	-	-			10
Написання тез	-	-	-		
<b>Разом</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>45</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

**Трудомісткість**

Загальна кількість годин – 120 год.

Кількість кредитів – 4,0.

Форма семестрового контролю – залік.

**Політика оцінювання**

Відвідування занять є обов'язковим. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Тези, у разі їх підготовки здобувачем вищої освіти, перевіряються на наявність плагиату і допускаються до друку та зарахування, із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагиату тези вважаються такими, що не підготовлені та додаткові бали за них не зараховуються. Списування під час екзамену / аудиторної контрольної роботи заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та виконання розрахунків по практичним завданням, що їх передбачають. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: <https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>.

Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої / міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та / або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положення про академічну мобільність учасників освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті. На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання,

набутих у неформальній / інформальній освіті перед опануванням даного освітнього компоненту, або в процесі його опанування. Визнання набутих результатів навчання або відмова у їх визнанні у разі опанування частини навчальної дисципліни відбувається за рішенням провідного викладача та кафедри. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera тощо. Особливості неформального / інформального навчання регламентовані Положення про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

### Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Презентації.

### Література та джерела інформації

#### Основні

1. Барна Н. В. Іміджологія: навч. посіб. Київ: ун-т «Україна», 2015. 216 с
2. Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурноосвітні стратегії. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. 320 с.
3. Лісовський П. М. Суспільна риторика : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2015. 244 с.

#### Допоміжні

4. Артамонова Н. С. Особливості застосування комунікативних технологій в управлінні моно- та мегаструктурних суб'єктів. *Економіка. Фінанси. Право*. 2018. № 10. С. 17-20.
5. Богуш Д. Міжнародний імідж України: проблеми і перспективи URL: <http://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4b843f0bd3e45/>
6. Воронько-Невіднича Т.В. Етапи формування іміджу підприємства. *Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору*: зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф. (заочна форма). Полтава, 2020. 345 с. С. 42–44.
7. Воронько-Невіднича Т.В. Завдання державної соціальної політики у контексті старіння населення. *Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики*: зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. Полтава : ТОВ «Сімон», 2020. 275 с. С. 143–146.
8. Воронько-Невіднича Т.В., Зось-Кіор М.В., Дячков Д.В. Особливості дистанційної комунікації в сучасній організації. Зб. матеріалів наукових праць наук.-практ. конф. професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії за підсумками науково-дослідної роботи в 2019 році. Полтава : РВВ ПДАА, 2020. 438 с. С. 78–80.
9. Воронько-Невіднича Т.В., Шупта І.М. Особливості виникнення та функціонування репутаційного менеджменту в Україні: колективна монографія; за ред. Маркіна І.А., Аранчій В.І., Сафонов Ю.М., Лепейко Т.І. та інші. *Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики*. Полтава: «Сімон», 2017. Вип. 1. 728 с. С. 232–239.
10. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії: монографія / І. С. Бондаренко. Запоріжжя, 2016. 305 с.
11. Кармаза О. Медіація та переговори як альтернативні способи вирішення спорів. *Підприємництво, господарство і право*. 2020. № 5 (291). С. 13-18.
12. Міллер Д. Створи StoryBrand. Розкажи історію бренду, і тебе почують ; пер. з англ. В. Дешка. Харків: Віват, 2022. 240 с.
13. Пасько М.І. Характеристика та особливості іміджу підприємства. *Економіка розвитку*. 2018. №1(85). С. 58-65.
14. Сілецька Н.В. Роль іміджу у забезпеченні сталого розвитку сучасного бізнесу. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. Економіка та управління підприємствами*. 2017. № 2 (38). С. 59-63.
15. A study on the factors of regional competitiveness. A draft final report for the European Commission Directorate-General Regional Policy. URL: [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/studies/pdf/3cr/competitiveness.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/3cr/competitiveness.pdf).
16. Jaime Romero, Maria J. Yague Marketing assets: Relating brand equity and customer equity. *Intangible Capital*. 2016. № 12 (2). P. 591-618. URL: [https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/87882/Jaime% 20Romero.pdf](https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/87882/Jaime%20Romero.pdf).

17. Sandra Maria Correia Loureiro, Eduardo Moraes Sarmiento, Goulwen Le Bellego The effect of corporate brand reputation on brand attachment and brand loyalty: Automobile sector. *Cogent Business & Management*. 2017. URL: <https://www.cogentoa.com/article/10.1080/23311975.2017.1360031.pdf>.

### **Інформаційні ресурси**

1. Інтернет–портал для управлінців: веб-сайт: URL: <http://www.managment.com.ua/>
2. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal>.
3. Executives Журнал для управлінців. Проєкт CEO Club Ukraine. URL: <https://executives.com.ua/>