



Навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та інформаційних технологій

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Управління професійним іміджем

Освітньо-професійна програма Маркетинг
спеціальність 075 Маркетинг
галузь знань 07 Управління та адміністрування
освітній ступінь Магістр

Розробник:
Воронько-Невіднича Тетяна –
доцент кафедри менеджменту,
к.е.н., доцент



Гарант ОПП:
Писаренко Володимир –
завідувач, професор кафедри маркетингу,
д.е.н., професор



Полтава
2020 р.

Назва навчальної дисципліни	УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСІЙНИМ ІМІДЖЕМ вибіркова дисципліна професійної підготовки
Назва структурного підрозділу	Кафедра менеджменту
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Воронько-Невіднича Тетяна Вікторівна Тетяна , к.е.н., доцент Контакти: ауд. 464, навчальний корпус №4 e-mail: tetiana.voronko-nevidnycha@pdaa.edu.ua, тел.: 0509568685, сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/voronko-nevidnycha-tetyana-viktorivna
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Спеціальність	075 Маркетинг
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	<i>Базові знання з економіки, управління.</i> <i>За відповідним рівнем, дисципліни, що передують вивченню «Управління професійним іміджем» – «Маркетингові комунікації в АПК», «Брендинг», «Дорадництво», «Логістичний менеджмент»</i>

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:		Програмні результати навчання:
<i>загальні:</i>	<i>фахові:</i>	
- здатність до креативного вирішення професійних завдань, приймати обґрунтовані рішення; - здатність до адаптації та дії в новій ситуації	- здатність застосовувати творчий підхід у професійній діяльності	- демонструвати володіння навичками обрання та застосування основних принципів та закономірностей управління професійним іміджем людини, підприємства (організації, установи) тощо

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Теорія поведінки людини в організації

Тема 2. Імідж: типи та функції

Тема 3. Поняття інструментарію в іміджології та специфіка його використання

Тема 4. Створення індивідуального іміджу: особистісний і професійний аспект

Тема 5. Принципи, етапи і засоби створення корпоративного іміджу

Тема 6. Засоби і методи підтримки та покращення іміджу

Тема 7. Створення іміджу організації (корпоративний імідж): основні вимоги та чинники

Трудомісткість

Загальна кількість годин – 120 год.

Кількість кредитів – 4,0.

Форма семестрового контролю – залік.

Структура курсу

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти				Разом
	усне опитування	письмове та усне виконання вправ на практичних заняттях	виконання завдань самостійної роботи (презентація)	написання тез	
Тема 1. Теорія поведінки людини в організації	3	6			9
Тема 2. Імідж: типи та функції	3	6			9
Тема 3. Поняття інструментарію в іміджології та специфіка його використання	3	6			9
Тема 4. Створення індивідуального іміджу: особистісний і професійний аспект	3	6			9
Тема 5. Принципи, етапи і засоби створення корпоративного іміджу	3	6			9
Тема 6. Засоби і методи підтримки та покращення іміджу	3	6			9
Тема 7. Створення іміджу організації (корпоративний імідж): основні вимоги та чинники	3	6	27	10	46
Разом	21	42	27	10	100

Політика оцінювання

1. Академічна доброчесність:

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавської державної аграрної академії. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

2. Дедлайни та перекладання:

Практичні завдання, завдання зі самостійної роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-30%). Перекладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.

3. Система оцінювання:

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за нац. шкалою
90 – 100	A	відмінно
82 – 89	B	добре
74 – 81	C	
64 – 73	D	
60 – 63	E	задовільно
35 – 59	FX	
1 – 34	F	незадовільно

Література та джерела інформації

Основні

1. Барна Н.В. Іміджологія: навч. посіб. для дистанційного навчання / за наук. ред. В. М. Бебика. Київ: Університет «Україна», 2007. 217 с.
2. Почепцов Г.Г. Имиджология. Москва, Релф-бук, Киев: «Ваклер», 2004. 576 с.

Допоміжні

3. 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.
4. 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.
5. 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.
6. 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.
7. Равенский Н. Как читать человека. Черты лица, жесты, позы, мимика. Москва, Рипол Классик, 2007. 672 с.
8. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: навч. посіб. Київ: Кондор, 2008. 356 с.
9. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування: навч. посіб. Київ: Знання, 2006. 291 с.
10. Бандурка А.М., Бочарова С.П., Землянская Е.В. Психология управления. Харьков: ООО «Фортуна-прес», 1998. 464 с.
11. Барна Н.В. Іміджмейкерство як різновид митецької діяльності в аспекті масової культури. *Мистецтвознавчі записки*. Київ: Міленіум, 2006. № 10. 210 с.
12. Барна Н.В. Образне імідж-мислення в аспекті мистецької діяльності. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. Київ: Міленіум, 2005. № 15. 276 с.
13. Данильчук Л.А. Основы имиджа и этикета. Київ: Кондор, 2004. 234 с.
14. Держава і громадянське суспільство: партнерські комунікації у глобальному світі: навч.-метод. посіб. / В. Бебик, В. Бортніков, Л. Дегтярьова, А. Кудряченко / за заг. ред. В. Бебика. Київ: ІКЦ «Леста», 2006. 248 с.
15. Змановская О. Руководство по управлению имиджем. С. Пб.: Речь, 2005. 144 с.
16. Зусін В.Я. Етика и этикет ділового спілкування: навч. посіб. Вид. 2-ге, перероб. і допов. Київ: Центр навч. літератури, 2005. 224 с.
17. Ковальчук А.С. Основы имиджологии и делового общения. Ростов на Дону: Феникс, 2003. 224 с.
18. Комінко С., Курант Л., Самборська О. Психологія в менеджменті: навч. посіб. Тернопіль: ТОВ, 1999. 345 с.
19. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособ. / В.М. Шепель. Москва: Гардарики, 2004. 352 с.
20. Луньов О. Формування власного позитивного іміджу. Київ: Ін-т громад, суспільства, 2001. 70 с.
21. Непийвода Н.Ф. Підтекстова інформація в сучасних ЗМІ. *Мовні і концептуальні картини світу*. № 6. Кн. 2. Київ, 2002. С. 62–68.
22. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління: навч. посіб. Київ: Академвидав, 2003. 568 с.
23. Психологія управління: метод. посіб. / укл. В.М. Титов, В.І. Стахневич, В.І. Свистун, С.Л. Білецька, Л.М. Жуковська, О.В. Полозенко, С.В. Яшник. Київ: Видавничий центр НАУ, 2003. 106 с.
24. Урбанович А.А. Психология управления: учеб. пособ. Минск: Харвест, 2003. 640 с.
25. Цимбалюк І.М. Психологія управління: навч. посіб. Київ: ВД «Професіонал», 2008. 624 с.

Інформаційні ресурси

1. Библиотека психологической литературы: веб-сайт: URL: <http://www.PSYLIB>.
2. ДЕЛОВОЙ МИР «BUSINESS WORLD» Agency: веб-сайт: URL: <http://businessm.dp.ua/>

3. Інтернет –портал для управлінців: веб-сайт: URL: <http://www.managment.com.ua/>
4. Інтернет-проект «Корпоративный менеджмент»: веб-сайт: URL: <http://www.cfin.ru/>
5. Інформація про тренінги та семінари. Матеріали, присвячені питанням навчання і розвитку персоналу: веб-сайт: URL: <http://www.trainings.ru/>
6. Спеціалізований сайт для менеджерів по персоналу: веб-сайт: URL: <http://www.hrm.ru/>