



КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. І. А. МАРКІНОЇ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
(вибіркова фахова навчальна дисципліна)

Управління професійним іміджем

освітній ступінь Магістр

Розробник:

Воронько-Невіднича Тетяна –
завідувач, доцент кафедри
менеджменту ім. І. А. Маркіної,
к.е.н., доцент



Гарант:

Дячков Дмитро –
професор кафедри менеджменту
ім. І. А. Маркіної,
д.е.н., доцент



Назва навчальної дисципліни	УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСІЙНИМ ІМІДЖЕМ вибіркова фахова навчальна дисципліна
Назва структурного підрозділу	Кафедра менеджменту ім. І. А. Маркіної
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	073 Менеджмент
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	<i>Відсутні</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:
загальні:	фахові:	
- 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. 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

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. Імідж: типи та функції	3	6			9
Тема 2. Поняття інструментарію в іміджелогії та специфіка його використання	3	6			9
Тема 3. Створення індивідуального іміджу: особистісний і професійний аспект	3	6			9
Тема 4. Принципи, етапи і засоби створення корпоративного іміджу	3	6			9
Тема 5. Засоби і методи підтримки та покращення іміджу	3	6			9
Тема 6. Створення іміджу організації (корпоративний імідж): основні вимоги та чинники	3	6			9
Тема 7. Імідж держави. Іміджева політика України.	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	задовільно
60 – 63	E	
35 – 59	FX	незадовільно
1 – 34	F	

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. Пасько М.І. Характеристика та особливості іміджу підприємства. *Економіка розвитку*. 2018. №1(85). С. 58-65.

13. 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.

14. 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.

15. 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>.

16. Sandra Maria Correia Loureiro, Eduardo Moraes Sarmento, 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. Інтернет-проект «Корпоративный менеджмент»: веб-сайт: URL: <http://www.cfin.ru/>

3. Інформація про тренінги та семінари. Матеріали, присвячені питанням навчання і розвитку персоналу: веб-сайт: URL: <http://www.trainings.ru/>

4. Спеціалізований сайт для менеджерів по персоналу: веб-сайт: URL: <http://www.hrm.ru/>

5. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal>.

6. Executives Журнал для управлінців. Проект CEO Club Ukraine. URL: <https://executives.com.ua/>