

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ВНУТРІШНІХ СПРАВ**

Кафедра юридичної психології

ЗАТВЕРДЖУЮ

Перший проректор НАВС

полковник міліції

Станіслав ГУСАРЄВ



.2023

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПСИХОЛОГІЯ ІМІДЖУ

Статус дисципліни: вибіркова

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Ступінь вищої освіти: магістр

Галузь знань: 28 Публічне управління та адміністрування

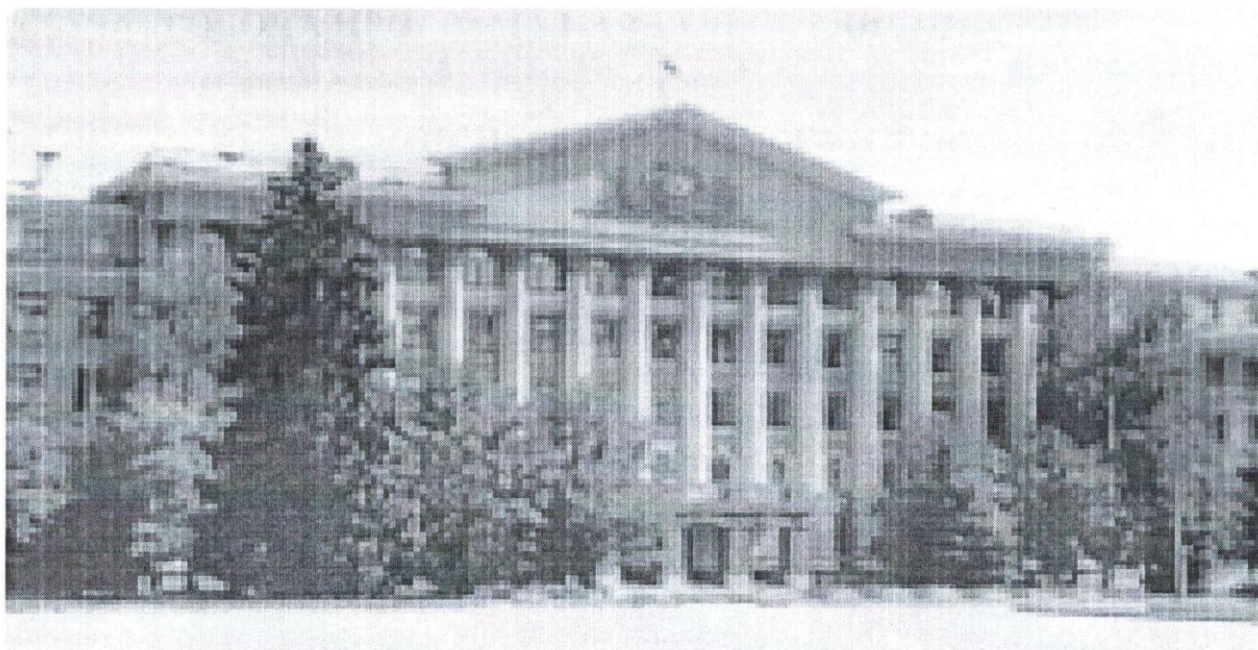
Спеціальність: 281 Публічне управління та адміністрування

Освітньо-професійна програма: Публічне управління та адміністрування

Форми здобуття вищої освіти: заочна

Мова навчання: українська

Форма підсумкового контролю: залік



Київ – 2023

Робоча програма навчальної дисципліни «Психологія іміджу» розроблена для здобувачів ступеня вищої освіти магістра за спеціальністю 281 «Публічне управління та адміністрування» відповідно до освітньо-професійної програми «Публічне управління та адміністрування» для заочної форми навчання.

Розробник програми:

Олена Тищенко - доцент кафедри юридичної психології Національної академії внутрішніх справ, кандидат педагогічних наук

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри юридичної психології
Протокол від 07.12 2023 року № 8

**Завідувач кафедри
юридичної психології**

Олена КУДЕРМІНА

Схвалено науково-методичною радою Національної академії внутрішніх справ

Протокол від 22.12 2023 року № 15

Голова науково-методичної ради

Станіслав ГУСАРЄВ

Результати перегляду робочої програми навчальної дисципліни
Робоча програма переглянута на 202 /202 н.р. без змін; зі змінами .
(Додаток_).

протокол засідання кафедри від
____.____.202_ № ____

Завідувач кафедри

Олена КУДЕРМІНА

протокол науково-методичної ради
від ____ . ____ .202_ № ____

Голова НМР

Станіслав ГУСАРЄВ

Робоча програма переглянута на 202 /202 н.р. без змін; зі змінами
(Додаток_).

протокол засідання кафедри від
____.____.202_ № ____

Завідувач кафедри

Олена КУДЕРМІНА

протокол науково-методичної ради
від ____ . ____ .202_ № ____

Голова НМР

Станіслав ГУСАРЄВ

1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

Практика сьогодення свідчить, що на теперішній час недостатньо бути освіченою людиною з певними організаторськими здібностями і досвідом роботи, необхідно вміти представити себе компетентним працівником, який однаково добре може продемонструвати свої найкращі якості, спілкуючись у колективі співробітників і перед засобами масової інформації. Демократизація суспільних процесів, поступове входження до світової спільноти, оволодіння досвідом інших країн призвели до того, що знання з іміджології стають вкрай необхідними і для політиків, і для менеджерів фірм, і для працівників правоохоронних органів.

Програму навчальної дисципліни «Психологія іміджу» розроблено відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістра спеціальності 053 «Психологія».

Міждисциплінарні зв'язки: «Психологія управління», «Лідерство в організаціях», «Психологія розвитку професійної кар'єри», «Сучасні технології професійного розвитку».

Програма навчальної дисципліни складається з таких тем:

1. Імідж як складова частина життя суспільства.
2. Інструментарій іміджології.
3. Шляхи корекції іміджу особистості.

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Курс „Психологія іміджу” має на меті сприяти активному запровадженню нової галузі знань про сутність, принципи, структуру діяльності зі створення власного і корпоративного іміджу, навчити володінню інструментарієм іміджології.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни “Психологія іміджу” є:

- ознайомлення з колом питань, що будуть розглядатися на наступній лекції, семінарському занятті;
- підготовка кола питань, що можуть бути поставлені перед викладачем або слухачами під час лекції чи семінару;
- самостійна робота з конспектами лекцій;
- самостійна робота з рекомендованими джерелами;
- аналіз періодичних видань, в тому числі статей, репортажів у засобах масової інформації;
- виконання вправ у межах власної програми самоудосконалення, виробленої спільно з викладачем.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми здобувачі вищої освіти повинні:

Передбачається, що на **рівні знань** майбутній фахівець має засвоїти:

- базові поняття (імідж, іміджологія, іміджмейкінг);
- місце іміджології в діяльності;
- співвідношення професійної етики й професійного іміджу;

- зміст і структуру публік рилейшнз (PR) як соціального інституту, що дозволяє створювати, зберігати, посилювати і захищати імідж.

На **рівні вмінь** необхідно опанувати:

- техніку використання інструментарію іміджелогії; засади іміджмейкерства з урахуванням специфіки;
- підготовку й проведення інтерв'ю із засобами масової інформації з метою створення, посилення та захисту корпоративного іміджу;
- методи формування громадської думки;
- засади протидії негативному іміджу.

На **рівні навичок** необхідно навчитися:

- здійснювати підготовку до проведення прес-конференції і брифінгів;
- враховувати імідж політичного лідера в ході планування заходів;
- нейтралізовувати маніпуляції з іміджем.

1.4. Програмні компетентності відповідно до освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти:

Інтегральна компетентність. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері публічного управління та адміністрування та/або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Загальні компетентності:

ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК02. Здатність працювати в команді, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути лідером, діяти соціально відповідально та свідомо.

ЗК08. Формування «soft skills»: *індивідуальних*: тайм-менеджмент; гнучкість/здібність адаптуватися; організація простору; властивість приймати рішення та вирішувати проблеми; вміння чітко ставити завдання і формулювати цілі; позитивне мислення та оптимізм; *комунікативних*: креативність; логіка; менеджмент знань та інформації; навички міжособистісних відносин; зрозуміло формувати думки; взаємодія з різними типами людей; відповідати аргументовано, зрозуміло, вчасно і ввічливо; готувати та робити якісні презентації; вміння працювати в команді; *управлінських*: письменницькі навички; уміння вирішувати проблемні ситуації.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

ФК01. Здатність налагоджувати соціальну взаємодію, співробітництво, попереджати та розв'язувати конфлікти.

ФК02. Здатність організовувати діяльність органів публічного управління та інших організацій публічної сфери.

ФК10. Здатність приймати обґрунтовані управлінські рішення з урахуванням питань європейської та євроатлантичної інтеграції.

Результати навчання:

ПРН02. Розв'язувати складні задачі публічного управління та адміністрування, враховуючи вимоги законодавства, виявляти правові колізії та проблеми, розробляти проекти нормативно-правових актів для їх усунення.

ПРН04. Використовувати сучасні статистичні методи, моделі, цифрові технології, спеціалізоване програмне забезпечення для розв'язання складних задач публічного управління та адміністрування.

ПРН08. Уміти здійснювати ефективну комунікацію, аргументувати свою позицію, використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології у сфері публічного управління та адміністрування на засадах соціальної відповідальності, правових та етичних норм.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 90 годин/ 3 кредити ECTS.

Мова навчання: українська мова.

Консультативну допомогу здобувачі вищої освіти можуть отримати у науково-педагогічних працівників кафедри юридичної психології, які безпосередньо проводять заняття, або звернувшись з письмовим запитом на електронну пошту за адресою k015@naiau.kiev.ua.

2. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Імідж як складова частина життя суспільства

Світ і світосприйняття як знакова система. Знаки-індекси; іконічні знаки, знаки-символи. Семасіологія як наука про знакову систему.

Зміст поняття „імідж”. Імідж у структурі світу. Імідж як частина семасіології. Психологія іміджу як система уявлень про будь-який об'єкт. Дилема: бути чи здаватися. Класифікація іміджів; персональні та корпоративні; візуальний, комунікативний, соціальний (маркетинговий), подійний. Поняття політичного й професійного іміджу.

Зарубіжні й вітчизняні підходи до створення образу.

Поняття іміджелогії. Національне та інтернаціональне в іміджелогії, характеристика професійної діяльності іміджмейкера.

Тема 2. Персональна іміджелогія

Імідж особистості як ключове поняття іміджелогії. Головні складові іміджу особистості:

- *візуальний імідж* (зовнішність, статура, голос, стиль одягу, погляд, зачіска, аксесуари);
- *психологічний та комунікативний імідж* (характер, тип темпераменту, інтелект, комунікативні здібності, внутрішній світ);
- *соціальний імідж* (статус, трудовий шлях, сім'я, оточення, хобі, манери поведінки в різних ситуаціях, в тому числі конфліктних, екстремальних);

- *подійний імідж*;

Сутність креативної іміджелогії.

Поняття візуальної психодіагностики. Використання окремих відомостей даної галузі в іміджелогії.

Подійна комунікація як технологія створення іміджу особистості.

Прийоми створення позитивного враження при першій зустрічі. Закріплення й посилення позитивного враження в процесі подальшого спілкування.

Аналіз іміджевих характеристик відомих особливостей.

Тема 3. Шляхи корекції іміджу особистості

Самоаналіз іміджу. Роль оточення особистості (трудовий колектив, сім'я) у формуванні оціночних орієнтацій. Виявлення привабливих іміджевих характеристик шляхом соціологічного опитування в колективах.

Поняття професійної психологічної деформації працівника з позицій іміджелогії.

Шляхи усунення недоліків. Програма корекції власного іміджу: робота над зовнішністю; робота над мовленнєвим диханням і голосом; розвиток комунікативних навичок і культура мовлення; розвиток емпатії.

3. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		заочна форма навчання	
Кількість кредитів ECTS –3	Галузь знань: публічне управління та адміністрування 28	Вибіркова	
Кількість розділів – 1	Спеціальність: публічне управління та адміністрування 281	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 90		1 рік 8 міс.	
		Семестр	
			2-й
		Лекції	
			6 год.
		Семінарські	
			6 год.
		Практичні	
			8 год.
		Самостійна робота	
			70 год.
		Вид контролю:	
		залік	

Структура залікового кредиту (тематичний план)

№ з/п	Назви тем	Всього годин	в т.ч. аудиторних			Само-стійна робота
			Лекції	Семінари	Практичні заняття	
1.	Імідж як складова частина життя суспільства	26	2	2		22
2.	Персональна іміджелогія	32	2	2	4	24
3.	Шляхи корекції іміджу особистості	32	2	2	4	24
	Всього по дисципліні	90	6	6	8	70
Форма підсумкового контролю – залік						

4. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ та ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Тема1: Імідж як складова частина життя суспільства

Категорія слухачів: здобувачі вищої освіти НАВС

Навчальна мета: опрацювати систему базових понять теми; систематизувати систему знань щодо системи методів і методик, які застосовуються для формування іміджу особистості.

Виховна мета: сформувати науковий світогляд, моральні, естетичні та соціально-правові якості особистості в контексті теми

Розвивальна мета: розвивати інтелектуальні здібності, мовлення, пам'ять, увагу, уяву, мислення, спостережливість, активність, творчість, самостійність та прищеплювати раціональні способи пізнавальної діяльності в контексті даної теми

Навчальне обладнання, ТЗН: мультимедійний проектор, комп'ютер.

Наочні засоби: мультимедійні презентації.

Міжпредметні та міждисциплінарні зв'язки:

Забезпечуючі дисципліни: загальна психологія, вікова психологія, соціальна психологія, експериментальна психологія, практикум з психології, практична психологія, вступ до спеціальності, історія психології.

Лекція – 2 год.

План:

1. Зміст поняття „імідж”. Імідж у структурі світу.
2. Класифікація іміджів
3. Зарубіжні й вітчизняні підходи до створення образу.

Семінарське заняття – 2 год.

Питання для обговорення:

- 1.Ціннісні функції іміджу
- 2.Структурні складові іміджелогії
- 4.Технологічні функції іміджу.
- 4.Створення іміджу на основі знаково-символьної привабливості

Тема2: Персональна іміджелогія

Категорія слухачів: здобувачі вищої освіти НАВС

Навчальна мета: опрацювати систему базових понять теми; систематизувати систему знань щодо системи методів і методик, які застосовуються для формування іміджу особистості.

Виховна мета: сформувати науковий світогляд, моральні, естетичні та соціально-правові якості особистості в контексті теми

Розвивальна мета: розвивати інтелектуальні здібності, мовлення, пам'ять, увагу, уяву, мислення, спостережливість, активність, творчість, самостійність та прищеплювати раціональні способи пізнавальної діяльності в контексті даної теми

Навчальне обладнання, ТЗН: мультимедійний проектор, комп'ютер.

Наочні засоби: мультимедійні презентації.

Міжпредметні та міждисциплінарні зв'язки:

Забезпечуючі дисципліни: загальна психологія, вікова психологія, соціальна психологія, експериментальна психологія, практикум з психології, практична психологія, вступ до спеціальності, історія психології.

Лекція – 2 год.

План:

1. Створення самоіміджу.
- 2.Функція іміджу, яка полягає у створенні прийнятних для комунікатора контекстів, що відповідають смисловим структурам аудиторії .
- 3.Основні чинники процедури створення іміджу.
- 4.Функції іміджу, які полягають у здійсненні маніпулятивного впливу на спільноту чи особистість.

Семінарське заняття – 2 год.

Практичне заняття – 4 год.

Питання для обговорення:

- 1.Структура корпоративного іміджу.
- 2.Технології іміджмейкінгу.
- 3.Основні цілі іміджмейкінгу.
- 4.Основні характеристики іміджу.

Мета практичного заняття: Визначення головних складових іміджу особистості, сутності креативної іміджелогії, використання окремих

відомостей даної галузі в іміджології. Знання прийомів створення позитивного враження при першій зустрічі. Закріплення й посилення позитивного враження в процесі подальшого спілкування.

Завдання:

- 1.Скласти схему технологій конструювання іміджу, заснованого на елементах архетипу, харизматичності та героїки.
- 2.Створити власний імідж на основі знаково-символьної привабливості.

Тема 3: Шляхи корекції іміджу особистості

Категорія слухачів: здобувачі вищої освіти НАВС

Навчальна мета: опрацювати систему базових понять теми; систематизувати систему знань щодо системи методів і методик, які застосовуються для формування іміджу особистості.

Виховна мета: сформувати науковий світогляд, моральні, естетичні та соціально-правові якості особистості в контексті теми

Розвивальна мета: розвивати інтелектуальні здібності, мовлення, пам'ять, увагу, уяву, мислення, спостережливість, активність, творчість, самостійність та прищеплювати раціональні способи пізнавальної діяльності в контексті даної теми

Навчальне обладнання, ТЗН: мультимедійний проектор, комп'ютер.

Наочні засоби: мультимедійні презентації.

Міжпредметні та міждисциплінарні зв'язки:

Забезпечуючі дисципліни: загальна психологія, вікова психологія, соціальна психологія, експериментальна психологія, практикум з психології, практична психологія, вступ до спеціальності, історія психології.

Лекція – 2 год.

План:

1. Самоаналіз іміджу.
2. Роль оточення особистості у формуванні оціночних орієнтацій.
3. Шляхи усунення недоліків. Програма корекції власного іміджу.

Семінарське заняття – 2 год.

Практичне заняття – 4 год.

Питання для обговорення:

- 1.Комунікативний механіку іміджмейкінгу.
- 2.Вербальний ефект іміджмейкінгу .
- 3.Соціально-психологічні феномени трансляції та сприйняття іміджу.

Мета практичного заняття: Визначення шляхів усунення недоліків.

Завдання:

- 1.Скласти схему іміджу, створеного з метою декларації переваг цінностей, об'єктів, видів діяльності спільнот та організацій.

5. Рейтингова система оцінювання результатів навчання

Поточний контроль – 60			Підсумковий контроль	Сума
T1	T2	T3	40	100
20	20	20		

6. Шкала оцінювання: національна та ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	відмінно	A	відмінне виконання
85-89	добре	B	вище середнього рівня
75-84		C	загалом хороша робота
66-74		D	непогано
60-65	задовільно	E	виконання відповідає мінімальним критеріям
35-59	незадовільно	Fx	необхідне перескладання
1-34		F	необхідне повторне вивчення курсу

7. Орієнтовний перелік питань до підсумкового контролю з дисципліни «Психологія іміджу»

1. Предмет та об'єкт психології толерантної поведінки.
2. Цілі та завдання психології іміджу
3. Поняття толерантності, її історичне та політичне підґрунтя.
4. Різновиди толерантної поведінки.
5. Сприйняття, розуміння, визнання як аспекти толерантності.
6. Толерантність як системна якість особистості.
7. Професійно-освітні напрями формування толерантної поведінки
8. Культурологічні детермінанти толерантної поведінки особистості.
9. Роль зовнішньої і внутрішньої культури особистості в детермінації толерантної поведінки
10. Морально-етичні якості як суб'єктивна основа толерантної поведінки
11. Етикет як складова толерантної поведінки
12. Загальна характеристика професійного спілкування
13. Поняття професійного толерантного спілкування.
14. Характеристика компонент професійного толерантного спілкування: перцепція, комунікація, інтеракція.
15. Об'єктивні та суб'єктивні чинники формування моделі партнера по професійному спілкуванню
16. Вербальні засоби організації толерантного професійного спілкування

17. Невербальні засоби організації толерантного професійного спілкування
18. Поняття рольова поведінка та її роль у толерантному спілкуванні.
19. Основні компоненти рольової поведінки
20. Мовне насильство як форма інтолерантної поведінки
21. Роль сцієнтизації та топонімії у формуванні мовного насильства
22. Толерантна поведінка як умови профілактики конфліктів.
23. Конфлікти в професійній діяльності
24. Змістовні компоненти конфліктних взаємин
25. Характеристика економічних конфліктів
26. Етноконфесійні конфлікти в суспільстві
27. Гендерні та сімейно-побутові конфлікти
28. Характеристика політичних конфліктів
29. Класифікація етнічних конфліктів
30. Методи вирішення політичних конфліктів
31. Інституціональний та інструментальний підходи у вирішенні етнічних конфліктів
32. Поняття іміджу, його характеристика
33. Різновиди іміджу
34. Функції іміджу
35. Корпоративний імідж
36. Іміджмейкінг як технології створення іміджу.
37. Соціальний імідж правоохоронного органу
38. Психологічні характеристики іміджу особистості
39. Роль громадської думки у формуванні іміджу особистості
40. Засоби масової інформації як інструмент формування іміджу
41. Детермінанти формування негативного іміджу особистості
42. Прийоми формування само іміджу особистості.
43. Сприйняття, розуміння та визнання як основні аспекти проблеми толерантності
44. Поняття зовнішньої та внутрішньої толерантності як особистісної риси особистості
45. Основні шляхи формування толерантності
46. Співвідношення понять «терпимість» та «толерантність»
47. Критерії відмінності толерантної та інтолерантної особистості
48. Співвідношення між професійними стандартами толерантної поведінки
49. Основні завдання формування у молоді толерантності як особистісної якості
50. Моральна стабільність та психологічна стійкість в толерантній поведінці Основні норми етикету толерантної поведінки поліцейського
51. Характеристика мовного насильства як форми інтолерантної поведінки

52. Функції природної (натуральної) толерантності в становленні людини як особистості
53. Причини інтолерантного конфлікту у міжособистісній взаємодії
54. Загальна характеристика та різновиди етнічних конфліктів
55. Критерії толерантності у конфліктних взаєминах
56. Психологія іміджу як науково-практична галузь знання. Її мета та завдання
57. Характеристика структурних складових іміджелогії
58. Загальні та конкретні функції іміджу
59. Основні чинники процедури створення іміджу.
60. Самоаналіз іміджу.

8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Атаманська К. І. Теоретичні аспекти поняття іміджу в наукових дослідженнях. Проблеми сучасної педагогічної освіти. Педагогіка і психологія. 2012. Вип. 37 (2). С. 28–32.
2. Варна Н. В. Іміджелогія: навч. посіб. для дистанц. навчання / за наук. ред. В. М. Бебика. Київ: Ун-т «Україна», 2007. 217 с. Енциклопедія державного управління: у 8 т. / наук. ред. кол.: Ю. В. Ковбасюк (голова) [та ін.]; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Київ: НАДУ, 2011.
3. Зінченко О. М. До питання професіоналізму в державній службі. Вісн. держ. служби України: укр. наук.- практ. журн. Київ, 2006. № 1. С. 17–20.
4. Кринична І. П. Сучасні підходи до формування іміджу державного службовця. Публічне адміністрування: теорія та практика. 2013. Вип. 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp_2013_1_22
5. Ларіна Н. Імідж як комунікативна основа позиціонування влади. Вісник державної служби України. 2013. № 2. С. 20–23.
6. Пантелейчук І. В. Формування позитивного іміджу органів державної влади: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Альтерпрес, 2011. 316 с.
7. Пашкевич М. С., Фінагіна О. В. Формування позитивного іміджу територій як базис розвитку ділового середовища регіонів України. Вісник Бердянського унту менеджменту і бізнесу. 2017. № 4 (40). С. 74–78. Про державну службу: Закон України від 06.12.2016 № 889-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19>
8. Серьогін С. М. Державний службовець у взаємовідносинах влади і суспільства: дис. ... д-ра наук з держ. упр.: 25.00.03. Київ, 2004.
9. Серьогін С. М. та ін. Формування позитивного іміджу органів влади через підвищення якості надання адміністративних та соціальних послуг: наук. розробка; за заг. ред. С. М. Серьогіна. Київ: НАДУ, 2009. 32 с.
10. Федорів Т. В. Співвідношення понять «імідж» та «репутація» у державному управлінні. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Fedoriv.pdf>

11. Федорів Т. В. Співвідношення понять «імідж» та «репутація»
державному управлінні. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Fedoriv.pdf>

12. Щербак Н. В. Формування позитивного іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування. References Atamanska, K. I. (2012)

Підпис автора РПНД:



Олена ТИЩЕНКО