

Основи формування іміджу

Опис курсу

Дисципліна «Основи формування іміджу» є вибірковою навчальною дисципліною, розробленою для освітньо-професійної програми бакалаврського рівня «Прикладна соціологія» зі спеціальності 054 «Соціологія», яка викладається у 5 семестрі в обсязі 4 кредитів за Європейською Кредитною Трансферною Системою (ECTS).

В межах навчальної дисципліни увагу потенційних слухачів буде сконцентровано у двох контекстах – індивідуальному та корпоративному:

- Перший передбачає роботу студентів з індивідуальним іміджем, яка включає формування навик створення та розвитку індивідуального іміджу, зокрема, вмінь написання власного резюме, а також створення відео-резюме.
- Другий скеровує студентів до праці над корпоративним іміджем певної організації та передбачає розвиток навичок створення, просування та підтримки цього іміджу в межах обраного кейсу.

Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні у студентів базового розуміння процесів конструювання іміджу, а також у розвитку у них практичних навичок із застосування отриманих знань при розробці індивідуальної та корпоративної іміджевих стратегій.

Завдання навчальної дисципліни:

- теоретичне – продемонструвати студентам особливості створення індивідуального іміджу та специфіку формування стратегії корпоративного іміджу;
- методологічне – виробити у студентів навички комунікації з засобами масової інформації у контексті іміджмейкерської діяльності;
- соціальне – сприяти розвитку творчих і комунікативних здібностей у студентів шляхом застосування інтерактивних методів навчання, зокрема залучення їх до командної роботи, організацій презентацій, рольових ігор тощо.

Рекомендована література

Основна література:

1. Гоффман Р., Касноча Б. *Сам собі стартап. Як адаптуватися до майбутнього, інвестувати в себе і трансформувати свою кар'єру* / пер. з англ. Н. Ференс. К.: КМ-БУКС. 2021. 224 с.
2. Друкер П.Ф. *Виклики для менеджменту XXI століття* / пер. з англ. Т. Літенської. К.: Видавнича група КМ-БУКС. 2018. 256 с.
3. Затворнюк О.М. Формування та розвиток професійного іміджу майбутніх психологів. *Освіта та розвиток обдарованої особистості*. №9-10 (28-29). 2014. С. 41-44.
4. Костюк Г.В., Сторожук В.В. Формування позитивного іміджу підприємства. *Вісник КНУТД*. 2024. № 1. С. 176-181.
5. Прищак М.Д., Лесько О.Й. *Етика та психологія ділових відносин*. URL: https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/icgn/12lesko_etika_ta_psihologiya_dilovih_vidnosin/index.html
6. Семенчук Т.Б., Гера О.Г. Сучасна модель формування іміджу організації. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. В. 7. Ч. 3. 2014. С. 178-181.
7. Томас М. Посібник *The Financial Times* зі стратегії для соціальних медіа / пер. з англ. Я. Машико. Харків: Вид-во «Ранок». Фабула. 2020. 304 с.

Додаткова література:

1. Аппело Ю. Менеджмент 3.0. Agile-менеджмент. Лідерство та управління командами. Харків: Фабула. 2019.
2. Батирєв М. *45 татуювань менеджера. Правила керівника* / пер. укр. О. Кожушко. Харків: Вид-во «Ранок». Фабула. 2018. 352 с.
3. Гелрігел Д., Слокум-молодший Дж.В., Вудмен Р.В., Бренінг Н.С. *Організаційна поведінка*. Київ: Основи. 2001. 726 с.
4. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. *Основи менеджменту: підручник*. Київ: Академвидав. 2007. 464 с.
5. Мазараки А.А. *Основи менеджменту*. Київ. Фоліо. 2014. 848 с.
6. МакГрет Дж. *Маленька книга премудростей менеджменту. 90 важливих цитат та поради щодо їх застосування у бізнесі* / пер. з англ. О. Лобастової. К.: Видавнича група КМ-БУКС. 2020. 240 с.
7. Осовська Г. В., Осовський О. А. *Менеджмент організацій: підручник*. Київ: Кондор. 2006. 664 с.
8. Роменський М. *Переговори з дельфінами* / пер. з англ. О. Кожушко. Харків: Вид-во «Ранок». Фабула. 2021. 176 с.
9. Філдінг Пол Дж. *Як керувати проектами* / пер. з англ. О. Якименко. Харків: Вид-во «Ранок». Фабула. 2020. 240 с.
10. Хігні Дж. *Основи управління проектами* / пер. з англ. Я. Машико. Харків: Вид-во «Ранок». Фабула. 2020. 272 с.
11. Яцура В. Гріфін Р. *Основи менеджменту*. Львів–Бостон–Нью-Йорк: БаК, 2001. 624 с.
12. *Administracja w praktyce – nowe wyzwania* / red. Jurij Paczkowski, Beata Petrecka, Krzysztof Czubocho. Jarosław: Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Techniczno Ekonomicznej im. ks. Bronisława Markiewicza, 2023. 322 s.

Інтернет-джерела:

1. Аналітичний центр Cedos. URL: <https://cedos.org.ua/>
2. Дослідницька агенція «ФАМА». URL: <https://fama.agency/>
3. Інститут соціології НАН України. URL: <https://i-soc.com.ua/>
4. Київський міжнародний інститут соціології. URL: <https://www.kiis.com.ua/>
5. Незалежний дослідницький центр «Соціоінформ». URL: <https://socioinform.com/>
6. Соціологічна асоціація України. URL: <https://sau.in.ua/>
7. Соціологічна група «Рейтинг». URL: <https://ratinggroup.ua/>
8. Український центр економічних та політичних досліджень ім. О. Разумкова. URL: <https://razumkov.org.ua/>
9. Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва. URL: <https://dif.org.ua/>
10. Центр стратегічного планування і розвитку Львова «Інститут міста». URL: <https://city-institute.org/>