



**ІМІДЖЕЛОГІЯ**  
**Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)**

**Реквізити навчальної дисципліни**

Рівень вищої освіти	<i>Перший (бакалаврський)</i>
Галузь знань	<i>С - соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини</i>
Спеціальність	<i>С5 Соціологія</i>
Освітня програма	<i>Врегулювання конфліктів та медіація</i>
Статус дисципліни	<i>Вибіркова</i>
Форма навчання	<i>заочна</i>
Рік підготовки, семестр	<i>4 курс, осінній семестр</i>
Обсяг дисципліни	<i>4 кредити ЕКТС/120 годин Лекційні заняття: 8 годин Практичні заняття: 4 годин Самостійна робота здобувачів: 108 годин</i>
Семестровий контроль/ контрольні заходи	<i>МКР (виконується за методикою ДКР)/Залік</i>
Розклад занять	<a href="https://schedule.kpi.ua/lecturers?lecturerId=94a58ac3-218c-46c1-96ca-5394d240009a">https://schedule.kpi.ua/lecturers?lecturerId=94a58ac3-218c-46c1-96ca-5394d240009a</a>
Мова викладання	<i>Українська</i>
Інформація про керівника курсу / викладачів	<i>Лектор: Кайс Зося Вадимівна, кандидат філософських наук, викладач email: <a href="mailto:zosia.kais@gmail.com">zosia.kais@gmail.com</a> Практичні заняття: Кайс Зося Вадимівна, кандидат філософських наук, викладач email: <a href="mailto:zosia.kais@gmail.com">zosia.kais@gmail.com</a></i>
Розміщення курсу	<i>Платформа дистанційного навчання Сікорський</i>

**Програма навчальної дисципліни**

**1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання**

Навчальна дисципліна «Іміджологія» пропонує здобувачам дослідження багатогранного міждисциплінарного соціального феномену іміджу. Розкриває його в різних аспектах: культурних, соціальних, політичних, економічних, естетичних та інших, тим самим поглиблюючи знання в різних сферах, розвиває аналітичне та критичне мислення та сприяє актуалізації творчого потенціалу особистості. Вивчення дисципліни «Іміджологія» сприяє рокриттю у здобувачів вищої освіти потенціалу власної особистості для самовдосконалення, гармонізації міжособистісної комунікації, осмислення власного внутрішнього світу та самоактуалізація як конкурентоспроможної особистості у зовнішньому світі, зокрема в професійній сфері соціального працівника.

**Предметом** навчальної дисципліни «Іміджологія» є феномен іміджу в індивідуальному та соціальному вимірах; теоретико-методологічні засади іміджології; технології іміджування особистості та організації; імідж у медіа- та міжкультурному середовищі; імідж соціального працівника, волонтера, соціального проекту в умовах глобалізованого інформаційного простору.

Навчальна дисципліна у комплексі з іншими освітніми компонентами поглиблює та сприяє

розвитку таких компетентностей та результатів навчання, як:

Навички міжособистісної взаємодії.

Здатність організовувати та підтримувати безпечний та комфортний простір для конструктивних переговорів.

Здатність здійснювати процедуру медіації, налагоджувати та підтримувати комунікацію між різними сторонами конфлікту.

Ефективно виконувати різні ролі (зокрема організатора, комунікатора, критика, генератора ідей, виконавця тощо) у команді в процесі вирішення фахових задач.

## **2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)**

Дисципліна є вибірковою, а її вивчення не потребує якихось спеціальних знань та навичок. Зміст дисципліни розширює та доповнює уміння і навички, отримані в ході вивчення дисциплін професійного циклу.

Вивчення дисципліни поглиблює знання про налагодження та підтримання комунікації між сторонами конфлікту і сприяє формуванню навичок ефективної міжособистісної взаємодії.

## **3. Зміст навчальної дисципліни**

Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу. Природа та особливості іміджу

Тема 2. Імідж-комунікація: практика та мистецтво

Тема 3. Іміджелогія в комплексі наук

Тема 4. Соціально-психологічні передумови формування та функціонування іміджу

Тема 5. Риторичний імідж

Тема 6. Іміджмейкінг. Технології управління особистісним іміджем

Тема 7. Технології іміджування: Самопрезентація особистості

Тема 8. Корпоративний імідж. Корпоративна культура та імідж організації

Тема 9. «Я-проекування» в умовах медіареальності

## **4. Навчальні матеріали та ресурси**

Наведено перелік рекомендованих навчальних матеріалів та ресурсів для засвоєння матеріалу, що розглядається на лекційних та семінарських заняттях.

### **Базовий**

1. Повалій Т. Л. Іміджелогія та брендинг у соціокультурній діяльності : навчальний посібник / Т. Л. Повалій, О. П. Бойко, О. О. Котенко. Суми : Сумський державний університет, 2024. 257 с.

<https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi79/0059509.pdf>

### **Додатковий**

1. Кайс З. Перспективи філософського консультування в соціальній роботі. Соціальна робота у глобальному та національному вимірах: виклики, загрози, перспективи розвитку: зб.матеріалів XII Міжнар.наук.-практ. конф. (м. Київ, 23-24 листоп. 2023 р.). Київ : КПІ ім.Ігоря Сікорського, Вид-во "Політехніка", 2024. С. 56-59.
2. Кайс З.В. Терапевтичний потенціал філософської практики в умовах екзистенційних викликів. Науковий журнал «Техне», №1. 2024. С. 38-43.
3. Кайс З.В. До методології філософської практики: техніка та етика філософського консультування. Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії. 2024. Випуск 57, с. 26-33
4. Препотенська М., Кайс-Красовська З. Риторика. 10 ключових тем плюс практикум. Навчальний посібник (друге доповнене видання). К.: Інтерсервіс, 2020. 296 с.
5. Станіславська К.І. Мистецькі форми сучасної видовищної культури: навчальний посібник. Київ : Видавничий дім «Стилос», 2020. 208 с.
6. Сальнікова Л.С. Ділова репутація: як створити та зміцнити: Харків, 2019. 413 с.
7. Barthes, R The rhetoric of the image // Evans, J. & Hall, S., Visual culture: the reader, 33-40 URL:

<https://skyecloud.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/12/2med443-the-rhetoric-of-the-image-cla.pdf>

8. Barthes, R [Systeme de la mode. English] The Fashion System / Roland Barthes; translated by Matthew Ward and Richard Howard URL: <https://www.are.na/block/4114619>
9. Eco U. The Theory Of Semiotics. Indiana University Press. Internet Archive Addeddate 2020-02-08 URL: <https://archive.org/details/umbertoecotheoryofsemioticslib.org/page/n3/mode/2up>
10. Hoffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. Penguin Classics., 2022. 272 p. [https://monoskop.org/images/1/19/Goffman Erving The Presentation of Self in Everyday Life.pdf](https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf)
11. Işoraitè Margarita BrandImage Theoretical Aspects. IntegratedJournalofBusinessandEconomics. 2018. Vol.2, No.1. P. 116-122 URL: <https://ojs.iibe-research.com/index.php/IJBE/article/view/64>
12. Oppelt J. Personal Branding: Why It Matters. The Branding Journal August, 2022 URL: <https://www.thebrandingjournal.com/2022/08/personal-branding/>
13. What is Brand Image? – Meaning and its Concept. Management Study Guide February 12, 2025 URL: <https://www.managementstudyguide.com/brand-image.htm>
14. What Is Brand Image? With Importance, Examples and Tips. Indeed Editorial Team . Indeed January 29, 2025 URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/brand-image>

## Навчальний контент

### 5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

#### Лекційні заняття

№ з/п	Назва теми лекції, перелік основних питань та рекомендована література
1	<p><b>Тема: Імідж як феномен сучасного світу. Природа та особливості іміджу</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Зміст поняття «імідж». Співвідношення понять: статус, престиж, репутація, образ т. ін.</li><li>2. Різноманітність визначень іміджу, причини складності дефініцій</li><li>3. Імідж як соціальне обличчя та маска</li><li>4. Специфічні особливості феномену іміджу</li><li>5. Філософські засади іміджелогії. Культурний контекст вивчення феномену іміджу</li></ol> <p>5.1. Модерн - постмодерн – метамодерн;</p> <p>5.2. Повороти в культурі:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- перформативний поворот,</li><li>- лінгвістичний поворот,</li><li>- візуальний поворот,</li><li>- тілесний поворот</li></ul> <p><b>Список рекомендованих джерел:</b> Базовий: 1 Додатковий: 1, 2, 8, 9, 12</p>

2	<p><b>Тема: Соціально-психологічні передумови формування та функціонування іміджу</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сприйняття в когнітивному процесі</li> <li>2. Природа сприйняття. Перцепція та апперцепція</li> <li>3. «Я»-концепція та роль самооцінки у творенні іміджу</li> <li>4. Потреба в «Іншому» та перцептивна складова міжособистісної взаємодії</li> <li>5. Соціальні стереотипи та стереотипні ефекти в іміджі: каузальна атрибуція, соціальна установка, інтуїція, соціальні очікування</li> <li>6. Соціально-психологічний інструментарій іміджування: міфологізація та архетипізація, маніпуляція, позиціонування, емоціоналізація, НЛП</li> </ol> <p><b>Список рекомендованих джерел:</b></p> <p>Базовий: 1 Додатковий: 1, 2, 3, 4</p>
3	<p><b>Тема: Риторичний імідж</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Риторика – мистецтво мови та наука красномовства</li> <li>2. Комунікативні риторичні дискурси</li> <li>3. Загальні жанри та специфічні види сучасної риторики</li> <li>4. Риторика буденності та риторика творчості</li> <li>5. Риторична культура та її вплив на імідж</li> <li>6. Подолання аудиторного шоку та публічна промова</li> </ol> <p><b>Список рекомендованих джерел:</b></p> <p>Базовий: 1 Додатковий: 7, 12</p>
4	<p><b>Тема . Іміджмейкінг. Технології управління особистісним іміджем</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анатомія та структура особистісного іміджу</li> <li>2. Стратегії управління особистісним іміджем</li> <li>3. Техніки створення ефективного імідж-образу</li> <li>4. Створення габітарного (зовнішнього) іміджу</li> <li>5. Діловий імідж, його складові та особливості формування</li> </ol> <p><b>Список рекомендованих джерел:</b></p> <p>Базовий: 1, 2 Додатковий: 1, 7, 12, 14</p> <p><b>Тема . Технології іміджування: Самопрезентація особистості</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Іміджування – технологія впливу</li> <li>2. Самопрезентація як основний метод подання іміджу</li> <li>3. Теоретичні основи самопрезентації</li> <li>4. Стратегії і тактики самопрезентації іміджу</li> <li>5. Структура технології самопрезентації</li> </ol> <p><b>Список рекомендованих джерел:</b></p> <p>Базовий: 1, 2 Додатковий: 4, 6, 7, 11</p>

## Семінарські заняття

1	<p><b>Тема: Соціально-психологічні передумови формування та функціонування іміджу</b> <b>Мистецтво створення образу</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Сприйняття в когнітивному процесі</li><li>2. Природа сприйняття. Перцепція та апперцепція</li><li>3. «Я»-концепція та роль самооцінки у творенні іміджу</li><li>4. Потреба в «Іншому» та перцептивна складова міжособистісної взаємодії</li><li>5. Соціальні стереотипи та стереотипні ефекти в іміджі: каузальна атрибуція, соціальна установка, інтуїція, соціальні очікування</li><li>6. Соціально-психологічний інструментарій іміджування: міфологізація та архетипізація, маніпуляція, позиціонування, емоціоналізація, НЛП</li></ol> <p><b>Завдання на самостійну роботу:</b></p> <p>Створюємо героя в одній зі сфер діяльності (політика, спорт, мистецтво, бізнес, шоу-бізнес і т.д. будь-яка сфера на ваш вибір) Підсилюємо його вплив та спрямовуємо на масову свідомість:</p> <p>Крок 1. Який герой? Один з 12 архетипів (за К.Г.Юнгом) - Які його характеристики, задачі і цілі, цінності?</p> <p>Крок 2. Міфодизайн - вигадуємо історію героя (сценарій - універсальний міф про героя)</p> <p>Крок 3. Поширюємо чутки і плітки ( вигадайте 3 чутки про героя та канали, за якими вони повинні розповсюджуватися для підсилення впливу на масову свідомість</p> <p><b>Список рекомендованих джерел:</b></p> <p>Базовий: 1 Додатковий: 1-14</p>
2	<p><b>Тема 2. Технології іміджування: Самопрезентація особистості</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Іміджування – технологія впливу</li><li>2. Самопрезентація як основний метод подання іміджу</li><li>3. Теоретичні основи самопрезентації</li><li>4. Стратегії і тактики самопрезентації іміджу</li><li>5. Структура технології самопрезентації</li></ol> <p><b>Завдання на самостійну роботу:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Самомоніторинг та тести самопрезентації (в додатках)</li><li>2. Самопрезентація вашого героя. Визначтеся з його стратегією самопрезентації, тактиками та мотиваційною моделлю самопрезентації.</li><li>3. Змодельуйте мінімум три ситуації (обставини взаємодії з іншими), в яких ваш персонаж діє згідно певної тактики. Опишіть, як саме він проявляється в цих ситуаціях і проаналізуйте, яким чином це впливає на формування його іміджу.</li></ol> <p><b>Список рекомендованих джерел:</b></p> <p>Базовий: 1, 2 Додатковий: 4, 6, 7, 11</p>

### 6. Самостійна робота здобувача

Засвоєння змісту дисципліни «Іміджелогія» разом із аудиторними/онлайн-заняттями передбачає виконання здобувачами самостійної роботи з метою самоконтролю знань та самопідготовки. Систематично організована самостійна робота дає можливість закріпити матеріал курсу, сфокусувати увагу на ключових питаннях тем, що вивчаються.

Самостійна робота здобувачів вищої освіти передбачає:

1. підготовку питань до семінарських занять;
2. підготовку до виконання модульної контрольної роботи;
3. підготовку до заліку.

№ з/п	Самостійна робота (СР)	Кількість годин
1	Підготовка до аудиторних занять	82
2	Підготовка до складання модульної контрольної роботи (МКР)	20
3	Підготовка до заліку	6
	<b>Всього</b>	<b>108</b>

№ з/п	Назва теми для самостійного опрацювання, перелік основних питань, рекомендована література
1	<p><b>Тема: Імідж як феномен сучасного світу. Природа та особливості іміджу</b></p> <p>1. Зміст поняття «імідж». Співвідношення понять: статус, престиж, репутація, образ т. ін. 2. Різноманітність визначень іміджу, причини складності дефініцій</p> <p><b>Завдання на самостійну роботу:</b></p> <p>1. Проаналізувати таблицю визначень іміджу. Вивчіть та проаналізуйте різні визначення іміджу? Що в них спільного? Які універсальні особливості та характеристики іміджу? 2. Усний звіт (можна з презентацією) "Аналіз образу медійної особистості" (на вибір)</p> <p><b>Список рекомендованих джерел:</b> Базовий: 1. Додатковий: 1-14</p>
2	<p><b>Тема: Імідж-комунікація: практика та мистецтво</b></p> <p>1. Імідж в системі комунікації 2. Природа сприйняття іміджу. Причини викривленого сприйняття іміджу особистості 3. Динамічність та неоднорідність іміджу та його інтерпретація 4. Полісемантичність та поліфункціональність іміджу</p> <p><b>Завдання на самостійну роботу:</b></p> <p>1. В чому полягає креативність в сприйнятті іміджу? 2. "Читання знаків"</p> <p>Виберіть одну особистість з вашої підбірки яскравих іміджів. Знайдіть всі можливі знаки (та символи), назвіть, опишіть їх та проаналізуйте їх.</p> <p><b>Список рекомендованих джерел:</b> Базовий: 1 Додатковий: 1-14</p>
3	<p><b>Тема: Іміджелогія в комплексі наук</b></p> <p>1. Іміджелогія як особлива галузь гуманітарних знань. Зв'язок іміджелогії з іншими науками 2. Теоретична та прикладна іміджелогії. 3. Іміджмейкінг та його особливості</p> <p><b>Завдання на самостійну роботу:</b></p> <p>1. Як іміджелогія пов'язана з іншими науками? 2. В чому полягають особливості теоретичної та прикладної іміджелогії? 3. Перерахуйте найхарактерніші складові частини імідж-образу? 4. Дайте визначення поняттю «іміджмейкінг» та визначте цілі іміджмейкінгу. 5. Опрацювати пропоновану таблицю типів іміджу. До кожного типу (виду) підібрати власний приклад. Вміти прокоментувати підстави для такої типізації. 6. Доповідь з імідждіагностики за видом іміджу:</p> <p>1) Особистісний, 2) Сімейний, 3) Корпоративний,</p>

	<p>4) Професійний, 5) Етнічний, 6) Територіальний - імідж країни, - імідж міста, - імідж вулиці</p> <p><b>Список рекомендованих джерел:</b> Базовий: 1 Додатковий: 1-14</p>
4	<p><b>Тема: Риторичний імідж</b></p> <p>1. Аналіз публічної промови (або фрагменту) за аналітичною картою монологу (таблиця в додатках) 2. Підготовка та проголошення монологу від свого імені або від імені свого створеного героя на свою тему або на вибір з запропонованих: - Промова-опис ("екфрази") (предмету, людини, стану, явища) - Промова-хвала, вдячна промова до своїх колег (одногрупників) - Мотивуюча та надихаюча на співпрацю промова до свого колективу - Промова-сентенція - розмірковування про судження, що має загальнолюдський сенс (любов, щастя, свобода, справедливість або інше)</p> <p><b>Завдання на самостійну роботу:</b></p> <p><i>При підготовці та проголошенні промови важливо дотримуватися логіки, техніки мовлення та образності мовлення, використовувати засоби активізації уваги слухачів. бажано проголосити промову з ввімкненою камерою (тренуємося долати аудиторний шок).</i></p> <p><b>Список рекомендованих джерел:</b> Базовий: 1 Додатковий: 7, 12</p>
5	<p><b>Тема: Технології іміджування: Самопрезентація особистості</b></p> <p>1. Іміджування – технологія впливу 2. Самопрезентація як основний метод подання іміджу 3. Теоретичні основи самопрезентації 4. Стратегії і тактики самопрезентації іміджу 5. Структура технології самопрезентації</p> <p><b>Завдання на самостійну роботу:</b></p> <p>1. Самомоніторинг та тести самопрезентації (в додатках) 2. Самопрезентація вашого героя. Визначтеся з його стратегією самопрезентації, тактиками та мотиваційною моделлю самопрезентації. 3. Змоделюйте мінімум три ситуації (обставини взаємодії з іншими), в яких ваш персонаж діє згідно певної тактики. Опишіть, як саме він проявляється в цих ситуаціях і проаналізуйте, яким чином це впливає на формування його іміджу.</p> <p><b>Список рекомендованих джерел:</b> Базовий: 1 Додатковий: 1-15</p>

6	<p><b>Тема: Самопрезентація особистості в системі іміджування</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. «Я-концепція», її місце у технології іміджування</li> <li>2. Структура Я-концепції особистості.</li> <li>3. Образ фізичного Я у структурі Я-коцепції. Поняття <i>схема тіла</i> та <i>образ тіла</i>.</li> <li>4. Поняття «емоційний інтелект», роль емоцій у формуванні та сприйнятті іміджу</li> <li>5. Поведінковий аспект іміджування: проксемика та кінесика, невербальна комунікація</li> <li>6. Самооцінка людини та її роль у формуванні позитивного іміджу.</li> </ol> <p><b>Завдання на самостійну роботу:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Самомоніторинг та тести самопрезентації (в додатках)</li> <li>2. Самопрезентація вашого героя. Визначтеся з його стратегією самопрезентації, тактиками та мотиваційною моделлю самопрезентації.</li> <li>3. Змоделюйте мінімум три ситуації (обставини взаємодії з іншими), в яких ваш персонаж діє згідно певної тактики. Опишіть, як саме він проявляється в цих ситуаціях і проаналізуйте, яким чином це впливає на формування його іміджу.</li> </ol> <p><b>Список рекомендованих джерел:</b>  Базовий: 1  Додатковий: 1-15</p>
7	<p><b>Тема: Корпоративний імідж</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формула корпоративного іміджу</li> <li>2. Корпоративна культура як основа іміджу організації</li> <li>3. Інформація та внутрішньофірмова комунікація</li> <li>4. Інструментарій корпоративного іміджування</li> <li>5. Візуалізація корпоративного стилю. Бренд та логотип</li> </ol> <p><b>Завдання на самостійну роботу:</b></p> <p>Створення іміджу вашої організації / організації вашого персонажа-героя.  Сформулювати корпоративну філософію (місія і цінності компанії)  Основні правила корпоративної поведінки  Візуалізація корпоративного стилю та бренду  Ескіз логотипа (пояснення його стилістичної ідеї, структури, кольору та очуваного ефекту)  Тиражування логотипу (рекламні носії, сувенірна продукція і т.д) - обґрунтувати доцільність кожної позиції.</p> <p><b>Список рекомендованих джерел:</b>  Базовий: 1  Додатковий: 1-15</p>
8	<p><b>Тема: «Я-проекування» в умовах медіареальності</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Медіареальність як домінуючий культурний простір сучасності.</li> <li>2. Екранна культура та ефект «подвійної» видовищності</li> <li>3. Нові інформаційні технології та технічні можливості іміджування.</li> <li>4. Особливості віртуального іміджу</li> <li>5. Імідж в соціальних мережах</li> </ol> <p><b>Завдання на самостійну роботу:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Аналіз іміджу блогера</li> <li>2. Аналіз сторінки в Інстаграм в контексті іміджування</li> </ol> <p><b>Список рекомендованих джерел:</b>  Базовий: 1, 2  Додатковий: 1-15</p>

З дисципліни «Іміджелогія» навчальним планом запланована МКР (МКР виконується за методикою ДКР).

### Орієнтовний перелік питань для МКР:

1. Особливості імідж-комунікації.
2. Поняття «імідж»: особливості визначення.
3. Поняття: статус, престиж, репутація, образ.
4. Імідж як колажність постмодерністського твору-тексту.
5. Роль іміджмейкінгу в комунікації.
6. Фактор видовищності та театральності у формуванні іміджу.
7. Основні типи іміджу.
8. Основні функції іміджу.
9. Роль іміджу в схемі комунікації.
10. Імідж як знакова система.
11. Імідж в семіотичних моделях візуальної комунікації.
12. Вплив архетипів на імідж.
13. Зв'язок іміджелогії з іншими науками.
14. Особливості теоретичної та прикладної іміджелогії.
15. Імідж-образ та його основні складові.
16. Іміджмейкінг: основні ознаки.
17. Використання імідж-технологій у формуванні корпоративної культури.
18. Імідж в медіареальності.
19. Формування та сприйняття іміджу в сучасному світі.
20. Особливості віртуального іміджу.

## Політика та контроль

### 2. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

### 3. Дистанційне навчання

Організація освітнього процесу здійснюється відповідно до Положення про дистанційне навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/188>), Регламенту проведення семестрового контролю в дистанційному режимі (<https://osvita.kpi.ua/node/148>).

Організація освітнього процесу здійснюється з використанням технологій дистанційного навчання, зокрема через Платформу дистанційного навчання «Сікорський» (<https://www.sikorsky-distance.org>) та АС «Електронний кампус» (<https://ecampus.kpi.ua>). Здобувачі вищої школи приєднуються до платформи «Сікорський» (Google Classroom) через корпоративну електронну пошту у домені @i11.kpi.ua.

Освітній процес у дистанційному режимі здійснюється відповідно до затвердженого розкладу навчальних занять. У режимі дистанційного навчання заняття відбуваються у вигляді онлайн-конференції на платформі Zoom. Посилання на конференцію надається на початку семестру.

Заняття в режимі дистанційного навчання проводяться через онлайн-конференції на платформі Zoom. Результати оцінювання висвітлюють у АС «Електронний кампус» на особистій сторінці здобувача вищої освіти (<https://ecampus.kpi.ua>).

### Правила поведінки на заняттях

Норми етичної поведінки здобувачів і працівників визначені у розділі 2 Кодексу честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Детальніше: <https://kpi.ua/code>, а також «Положення про Комісію з етики та академічної доброчесності Вченої ради КПІ ім. Ігоря Сікорського» (<https://osvita.kpi.ua/node/171>)

На території університету здобувачі вищої освіти зобов'язані дотримуватись установлених Правил внутрішнього розпорядку (<https://kpi.ua/admin-rule>). Під час лекційних і практичних занять

в аудиторіях, а також у процесі відеоконференцій, мобільні телефони слід використовувати лише в беззвучному режимі та виключно з навчальною метою — для пошуку необхідної інформації в інтернеті.

### **Правила призначення заохочувальних і штрафних балів**

Здобувач вищої школи може отримати заохочувальні (додаткові) бали за написання тез, наукових статей, участь у міжнародних та/чи всеукраїнських заходах, олімпіадах або конкурсах з тематики навчальної дисципліни, а також додаткове проходження онлайн курсів з поглибленим вивченням окремих тем навчальної дисципліни.

Заохочувальні не входять до основної шкали РСО. Максимальна кількість заохочувальних балів – 10 (10% від суми рейтингових балів).

Штрафні бали не передбачаються.

<b>Заохочувальні бали</b>	<b>Кількість балів</b>
Написання тез до конференції (без виступу)	5
Участь у студентській олімпіаді з навчальної дисципліни (без призового місця)	5
Участь у конкурсі за проблематикою навчальної дисципліни (без призового місця)	5
Проходження онлайн курсу з поглибленим вивченням окремої теми дисципліни	5
Написання тез і публічний виступ на конференції (всеукраїнській чи міжнародній)	10
Участь у студентській олімпіаді з навчальної дисципліни (з призовим місцем)	10
Публікація статті у науковому виданні	10
Участь у конкурсі за проблематикою навчальної дисципліни (з призовим місцем)	10

### **Політика оцінювання контрольних заходів**

Оцінювання контрольних заходів здійснюється відповідно до Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/37>), Положення про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/32>).

Результати оцінювання семестрового контролю висвітлюються у АС «Електронний кампус» на особистій сторінці здобувача вищої школи (<https://ecampus.kpi.ua>).

У випадку незгоди здобувача вищої школи з оцінкою за результатами контрольного заходу, він має право подати апеляцію у день оголошення результатів відповідного контролю на ім'я декана факультету за процедурою визначеною Положенням про апеляції в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/182>).

### **Відвідування занять**

Відвідування лекцій, семінарських занять, а також відсутність на них, не оцінюється. Однак, здобувачам рекомендується відвідувати заняття, оскільки на них викладається теоретичний матеріал та розвиваються навички, необхідні для отримання позитивних результатів вивчення дисципліни.

Вагома частина підсумкової оцінки здобувача формується через активну роботу на семінарських заняттях. Система оцінювання орієнтована на отримання балів за активність здобувача, а також виконання завдань, які здатні розвинути практичні уміння та навички. Тому відсутність на семінарських заняттях не дає можливість здобувачу отримати бали. Якщо семінарське заняття пропущено з поважних причин (хвороба або вагомі життєві обставини), здобувачу надається можливість відпрацювання протягом найближчого тижня або до наступного семінарського заняття.

Порядок ліквідації академічної заборгованості та перескладання семестрового контролю регулюється Положенням про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/32>). Здобувач вищої освіти,

у якого за результатами семестрового контролю виникла академічна заборгованість, також має право її ліквідувати відповідно до Положення про надання додаткових освітніх послуг здобувачам вищої освіти в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/177>).

### Пропущені контрольні заходи

Якщо контрольні заходи пропущені з поважних причин (хвороба або вагомі життєві обставини), здобувачу надається можливість виконати контрольне завдання протягом найближчого тижня. Повторне виконання контрольних завдань не допускається.

### Академічна доброчесність

У процесі вивчення навчальної дисципліни необхідним є неухильне дотримання політики академічної доброчесності, визначеної чинним законодавством та внутрішніми документами закладу освіти.

Політику, стандарти та процедури дотримання академічної доброчесності містять такі регламентуючі документи КПІ ім. Ігоря Сікорського, що оприлюднені на сайті університету: Кодекс честі КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://kpi.ua/files/honorcode.pdf>), Положення про систему запобігання академічному плагіату (<https://rb.gy/agihij>), нормативно-правові документи, офіційні рекомендації, накази та розпорядження, соціологічні дослідження, методичні матеріали, освітні курси (<https://kpi.ua/academic-integrity>).

Недотримання принципів академічної доброчесності, зокрема виявлення плагіату чи дублювання завдань, призводить до виставлення нульового балу за відповідну роботу.

### Політика використання штучного інтелекту

Використання штучного інтелекту регулюється «Політикою використання штучного інтелекту в академічній діяльності КПІ ім. Ігоря Сікорського» (<https://osvita.kpi.ua/node/1225>). Всі завдання, виконувані здобувачами під час навчання, повинні бути результатом їх власної оригінальної роботи. Використання штучного інтелекту (ШІ) для автоматичного створення відповідей без подальшого їх аналізу і доопрацювання заборонено. Здобувачам не рекомендується використовувати ШІ як єдине джерело інформації. Важливо перевіряти та аналізувати отримані відомості з інших надійних джерел. Будь-яке застосування інструментів ШІ для виконання завдань повинно бути чітко зазначене і задокументоване.

Використання ШІ повинно відповідати принципам академічної доброчесності.

## 3. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (PCO)

**Поточний контроль:** опитування за темою заняття, тестові завдання.

**Семестровий контроль:** залік

**Умови допуску до семестрового контролю:** мінімально позитивна оцінка за роботу на семінарських заняттях, семестровий рейтинг не менше 36 балів.

Контроль з дисципліни «Іміджелогія» передбачений у вигляді заліку, тому PCO включає оцінювання заходів поточного контролю з дисципліни протягом семестру, а також семестровий контроль у вигляді заліку.

Основними видами навчальних занять є лекція і семінарське заняття. Рейтингова оцінка здобувача складається з балів, отриманих за результатами заходів поточного контролю,

Згідно з «Положенням про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського» заборонено оцінювати присутність або відсутність здобувача на аудиторному занятті, в тому числі нараховувати за це заохочувальні або штрафні бали.

Поточний контроль проводиться впродовж семестру у процесі навчання для перевірки рівня теоретичної й практичної підготовки здобувачів на кожному етапі вивчення освітнього компонента «Іміджелогія».

### Система оцінювання

№ з/п	Контрольний захід	%	Ваговий бал	Кіл-ть	Всього
1.	Доповідь на семінарському занятті (презентація теоретичного питання / звіт по практичному завданню)	10	10	1	10

2.	Робота на семінарському занятті (доповнення, участь в обговоренні, питання до основного доповідача)	10	10	1	10
3.	Виконання завдань самостійної роботи (теми на вибір)	60	10	6	60
4.	Модульна контрольна робота	20	20	1	20
	Всього				100

Модульна контрольна робота виконується за методикою ДКР. Максимум за контрольну роботу - 20 балів. Модульна контрольна робота виконується після опрацювання здобувачем всіх тем навчальної дисципліни в дистанційному курсі на платформі дистанційного навчання «Сікорський» Moodle.

Результати поточного контролю регулярно заносяться викладачем у модуль «Поточний контроль» Електронного кампусу.

#### Критерії оцінювання відповідей здобувача з окремих запитань, завдань СРС

№ з/п	Критерії оцінювання	с/з Ваговий бал	МКР Ваговий бал
1.	Відповідь правильна (не менше 90% потрібної інформації)	9-10	18-20
2.	Несуттєві помилки у відповіді (не менше 75% потрібної інформації)	8	17-15
3.	Є недоліки у відповіді та деякі помилки (не менше 60% потрібної інформації)	7-6	14-12
5.	Відповідь відсутня або не правильна	0	0

#### Семестровий контроль: ЗАЛІК

Семестровий контроль проводиться відповідно до навчального плану у вигляді заліку в терміни, встановлені графіком навчального процесу.

Здобувач отримує позитивну залікову оцінку за результатами роботи в семестрі, якщо має підсумковий рейтинг за семестр не менше 60 балів та виконав умови допуску до семестрового контролю.

Умови допуску до заліку: рейтинг  $\geq 36$  б.

Не виконані умови допуску → Не допущено.

< 60 балів → залікова к/р

$\geq 60$  балів = оцінка (відмінно, дуже добре, добре, задовільно, достатньо, незадовільно).

Оцінка може бути підвищена за бажанням за рахунок виконання залікової к/р.

**Принцип визначення підсумкової оцінки.** Рейтингова оцінка доводиться до здобувачів на передостанньому занятті з дисципліни в семестрі. Здобувачі, які виконали всі умови допуску до заліку і мають рейтингову оцінку 60 та більше балів, отримують відповідну до набраного рейтингу оцінку без додаткових випробувань.

Зі здобувачами, які виконали всі умови допуску до заліку та мають рейтингову оцінку менше 60 балів, а також з тими здобувачами, хто бажає підвищити свою рейтингову оцінку, викладач проводить семестровий контроль у вигляді залікової контрольної роботи (письмова). Якщо оцінка, отримана за залікову контрольну роботу менша ніж за рейтингом, попередній рейтинг здобувача скасовується і він отримує оцінку з урахуванням результатів залікової контрольної роботи.

Залікова контрольна робота складається з 4 питань. Ваговий бал 1 питання 25 балів.

*25-23 балів* – повна, чітка, викладена в певній логічній послідовності відповідь на поставлене питання, що свідчить про глибоке розуміння суті питання, ознайомлення студента не лише з матеріалом лекцій, але й з підручником та додатковою літературою; висловлення студентом

власної позиції щодо дискусійних проблем, якщо такі порушуються у питанні; студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу.

*22-19 балів* – не зовсім повна або не достатньо чітка відповідь на всі поставлені питання, що свідчить про правильне розуміння суті питання, ознайомлення студента з матеріалом лекцій та підручника; незначні неточності у відповідях.

*18-15 балів* – поверхове ознайомлення студента з навчальним матеріалом або значні похибки у відповідях.

*0 балів* – незасвоєння тем.

Максимальна сума балів складає **100**.

Сума балів переводиться у систему оцінювання згідно з таблицею.

Таблиця переведення рейтингових балів до оцінок за університетською шкалою

<i>Кількість балів</i>	<i>Оцінка</i>
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

## 9. Додаткова інформація з дисципліни (освітнього компонента)

### Орієнтовний перелік питань на залік

1. Дайте визначення поняттю «імідж». В чому полягає складність визначення цього поняття?
2. Проаналізуйте, як співвідносяться між собою поняття: статус, престиж, репутація, образ.
3. Імідж як колажність постмодерністського твору-тексту.
4. Креативність гри в імідж-комунікації.
5. Перформативність як передумова іміджмейкінгу.
6. Фактор видовищності та театральності в формуванні іміджу
7. Тілесність як формотворчий принцип іміджу
8. Назвіть типи та функції іміджу
9. Яке місце іміджу в системі соціальної комунікації та роль іміджу в схемі комунікації
10. Імідж як знакова система. Імідж в семіотичних моделях візуальної комунікації
11. Яку роль в іміджі відіграють міфи
12. Як на створенні та сприйнятті іміджу відбиваються архетипи
13. Як іміджелогія пов'язана з іншими науками?
14. В чому полягають особливості теоретичної та прикладної іміджелогії?
15. Перерахуйте найхарактерніші складові частини імідж-образу?
16. Дайте визначення поняттю «іміджмейкінг» та визначте цілі іміджмейкінгу.
17. Використання імідж-технологій у формуванні корпоративної культури
18. Імідж в медіареальності як домінуючому культурному просторі сучасності.
19. Технічна опосередкованість формування та сприйняття іміджу в сучасному світі
20. Імідж в контексті екранної культури та ефект «подвійної» видовищності.

**Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):**

**Складено** к.філос.н., викладач Кайс Зося Вадимівна

**Ухвалено** кафедрою філософії (протокол № 22 від 20.06.2025 р.)

**Погоджено** Методичною комісією факультету соціології і права (протокол № 4 від 24.06.2025 р.)