



КАФЕДРА ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ТА БІЗНЕСУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан _____ доц. А.В. Стасишин
(підпис)

«_____» _____ 2020 р.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІМІДЖЕЛОГІЯ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

(назва навчальної дисципліни)

галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
(шифр та найменування галузі знань)

спеціальність: 074 «Публічне управління та адміністрування»
(код та найменування спеціальності)

освітній ступінь: бакалавр

Програма з навчальної дисципліни «Іміджологія в публічному управлінні» для студентів за галуззю знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 074 «Публічне управління та адміністрування» освітнього ступеня бакалавр

«9» січня 2020 року – 10 с.

Розробник:

Завальницька Н.Б. – доцент кафедри фінансового менеджменту,
к.е.н., доцент

**Розглянуто та ухвалено на засіданні кафедри фінансового менеджменту
ЛНУ ім. І.Франка**

Протокол № 6 від «9» січня 2020 р.

Завідувач кафедрою фінансового менеджменту, проф.

_____ Ситник Н.С.

«9» січня 2020 року

**Розглянуто та ухвалено Вченою радою факультету управління фінансами
та бізнесу**

Протокол № 7 від «23» січня 2020 р.

**ЗМІНИ
до робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри (перезатвердження робочої програми)	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

©Завальницька Н.Б., 2020 рік
©ЛНУ ім. І.Франка, 2020 рік

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Предмет навчальної дисципліни

Предметом дисципліни “Іміджологія в публічному управлінні” є сукупність процесів та методів з формування публічного іміджу, створеного об’єктом, суб’єктом для отримання успішного та ефективного зворотного зв’язку з масовою аудиторією.

Мета навчальної дисципліни

Мета дисципліни “Іміджологія в публічному управлінні” - сформувати у студентів розуміння ролі та значення іміджу у публічному управлінні та його впливу на формування авторитету та забезпечення успішного просування в кар’єрі окремого фахівця, а також цілісного уявлення про особливості формування позитивного та ефективного іміджу організації, що базується на знанні психологічних основ іміджування, теоретичних знаннях та практичних навичках самопрезентації у вербальному та невербальному спілкуванні

Основні завдання

Завдання дисципліни “Іміджологія в публічному управлінні” – висвітлити теоретико-методологічні засади іміджології; визначити місце та роль іміджології в системі публічного управління; розглянути закономірності формування і трансформації іміджу, способи корекції та управління іміджем; вивчити та оволодіти прийомами і методами психологічного впливу та переконання на людей в процесі формування іміджу; сприяти розумінню студентами місця і значення іміджології у сфері публічного управління; озброїти студентів знаннями теоретичних основ, основних механізмів і методів формування позитивного іміджу; навчити студентів основам мистецтва використання закономірностей побудови іміджу в практичній діяльності; допомогти студентам опанувати технології самопрезентації, а також навички і вміння їх ефективного використання в процесі майбутньої професійної діяльності; сприяти формуванню навичок аналізу складових корпоративного, професійно-управлінського та особистого іміджу; опанувати технологію створення власного іміджу та іміджу організації.

1.1. Місце навчальної дисципліни в структурно-логічній схемі

Попередні дисципліни	Наступні дисципліни
Теорія і практика прийняття управлінських рішень	Стратегічне управління у публічній організації
Управління людськими ресурсами	Публічна служба та управління персоналом
Оцінка бізнесу	Управління конкурентною політикою

1.2. Компетентності та результати навчання за дисципліною

Компетентності	Результати навчання
<p>Здатність досліджувати тенденції розвитку корпоративного та особистісного іміджу, оцінювати їх вплив на ділову успішність та конкурентноздатність у публічному управлінні.</p> <p>Розуміння особливостей формування та функціонування іміджології у публічній сфері.</p> <p>Здатність до діагностики іміджу підприємства, організації, керівника лінійного управлінця</p> <p>Здатність до створення корпоративного та особистого іміджу</p> <p>Здатність застосовувати знання стандартів іміджології у сфері публічного управління</p> <p>Здатність застосовувати сучасне інформаційне та програмне забезпечення для отримання та обробки даних у сфері іміджології</p> <p>Здатність здійснювати ефективні письмові та усні комунікації.</p> <p>Здатність організувати та провести ділову зустріч, переговори, гостину</p> <p>Здатність вміло використовувати мову тіла під час ділових контактів</p> <p>Здатність визначати, обґрунтовувати та брати відповідальність за професійні рішення.</p> <p>Здатність підтримувати належний зовнішній вигляд та постійно підвищувати свою професійну підготовку.</p>	<p>Знати та розуміти стандарти та норми іміджології як науки про формування авторитету та забезпечення успішного просування в кар'єрі окремого фахівця, а також цілісного уявлення про особливості формування позитивного та ефективного іміджу організації.</p> <p>Знати і розуміти теоретичні основи та принципи іміджології, як науки, особливості формування та підтримання іміджу підприємства, організації, керівника та лінійного управлінця в публічній сфері</p> <p>Знати механізм побудови корпоративного іміджу та його успішного розвитку</p> <p>Володіти методичним інструментарієм діагностики іміджу</p> <p>Застосовувати відповідні методи та моделі для підготовки та проведення письмових та усних комунікацій.</p> <p>Розуміти принципи, методи та інструменти, які використовуються під час підготовки ділових зустрічей, переговорів та гостини.</p> <p>Застосовувати сучасні технології формування сучасного іміджу конкурентоспроможного підприємства та успішного управлінця.</p> <p>Формувати і аналізувати звітність про здійсненні заходи у сфері покращання іміджу в публічному управлінні та правильно інтерпретувати отриману інформацію.</p> <p>Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері іміджології.</p> <p>Володіти загальнонауковими та спеціальними методами дослідження процесів формування та вдосконалення іміджу.</p> <p>Спілкуватись в усній та письмовій формі іноземною мовою у професійній діяльності.</p> <p>Визначати та планувати можливості особистого професійного розвитку.</p>

Розділ 2. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

- Тема 1.** Імідж як феномен сучасного світу
- Тема 2.** Етапи створення іміджу та технології його формування
- Тема 3.** Формування корпоративного іміджу
- Тема 4.** Організація ділових письмових контактів як елемент іміджелогії
- Тема 5.** Організація ділових зустрічей як інструмент формування ділового іміджу
- Тема 6.** Підготовка та проведення ділових переговорів: інструменти, тактика, стратегія, психологічні аспекти
- Тема 7.** Невербальні елементи іміджелогії
- Тема 8.** Гостинність. Ділові ситуації за столом
- Тема 9.** Протокол дарування
- Тема 10.** Зовнішній вигляд як запорука успішного ділового іміджу

Розділ 3. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕМА 1. Імідж як феномен сучасного світу

Імідж та його природа. Іміджелогія в комплексі наук. Вплив іміджу. Історія виникнення поняття. Характеристики та особливості іміджу. Імідж та закони соціальної психології. Особливості загальної та прикладної іміджелогії. Рейтинг, репутація, престиж, авторитет.

Типи іміджу: дзеркальний, поточний, бажаний, особистий, реальний, корпоративний, закритий, міфологічний, множинний, позитивний, негативний, демонстративний, професійний, габітарний. Елементи створення іміджу.

Функції іміджу: ідентифікації, ідеалізації, позиціонування. Ціннісні функції іміджу. Технологічні функції. Світоглядні функції. Функції форматизації та міфологізації.

Інструментарій іміджу: позиціонування, маніпулювання, міфологізація, емоціоналізація, механізм впливу на людину, форматування, вербалізація, деталізація, акцентування інформації, дистанціювання, метафоризація.

ТЕМА 2. Етапи створення іміджу та технології його формування

Програма створення іміджу. Етапи формування іміджу. Практичні стадії створення іміджу. Фактори впливу на формування іміджу. Умови та чинники впливу на імідж. Економічний та соціальний ефект позитивного іміджу. Цінності позитивного іміджу підприємства. Вплив іміджу на підвищення ефективності діяльності та посилення конкурентних переваг підприємства (організації).

Технологія формування іміджу. Риторичні прийоми. Технологія цілеспрямованого формування індивідуального та корпоративного іміджу. Етапи входження в образ. Принципи формування іміджу: повторення,

безперервне посилення впливу, подвійний виклик. Вимоги до процесу формування іміджу керівника.

Основні ознаки іміджу ділової людини. Вміння слухати. Аргументи мовчання. Етикет знайомства. Основні «Заповіді бізнесу».

Професійні особливості роботи іміджмейкера. Мета і завдання іміджмейкера. Видові спеціалізації іміджмейкера. Категорії фахівці в галузі формування іміджу. Переваги і недоліки професії іміджмейкера.

ТЕМА 3. Формування корпоративного іміджу

Корпоративний імідж: суть, основні характеристики. Принципи створення корпоративного іміджу. Чинники впливу на створення позитивного корпоративного іміджу. Типи корпоративного іміджу. Структура та компоненти. Ознаки корпоративного іміджу.

Функції корпоративного іміджу: інформативна, комерційна, захисна, ресурсна, репутаційна, комфортизація відносин, психотерапевтична, між особова, організація уваги.

Етапи формування іміджу компанії. Внутрішній та зовнішній корпоративний імідж. Підходи до управління корпоративним іміджем підприємства. Основні складові іміджу керівника. Якості лідера, які впливають на формування корпоративного іміджу. Оцінка корпоративного іміджу.

ТЕМА 4. Організація ділових письмових контактів як елемент іміджології

Діловий стиль письмового спілкування. Функціональна мета ділового листа. Основні вимоги до ділового листування. Види листів. Формальні та неформальні листи. Рекомендаційні листи. Вимоги до оформлення ділових листів. Ознаки грамотного листа. Причини, чому дописувач може не отримати відповідь на свій діловий лист. Мова і тон ділового листування. Слабкі та сильні сторони ділових письмових контактів.

Структура ділового плану. Особливості підготовки ділових пропозицій. Види оферт: тверда, вільна. Формати ділових пропозицій.

Випадки написання коротких листів та заміток.

Функції візиток. Історія виникнення. Види та вимоги до оформлення візиток. Правила використання візиток. Основні принципи користування візитками.

ТЕМА 5. Організація ділових зустрічей як інструмент формування ділового іміджу

Ділові зустрічі: мета, функції, протокол підготовки. Візит ввічливості. Вибір місця і часу проведення ділової зустрічі. Порядок ведення ділової зустрічі. Правила поведінки. Стилi поведінки при слуханні. Стереотипи поведінки. Морально-психологічна підготовка.

Ознаки ділової ієрархії. Віденська конвенція.

Програма ділової зустрічі: загальна і особиста, офіційна та неофіційна. Структура звіту про проведену ділову зустріч, вимоги до оформлення.

Етика телефонних розмов: структура та тривалість телефонної розмови, вимог до змісту та тривалості розмови. Рекомендовані для вживання словосполучення. Телефонні конференції: вимоги до організації та проведення.

Організація прийому відвідувачів: суть, вимоги до підготовки та проведення, правила поведінки.

ТЕМА 6. Підготовка та проведення ділових переговорів: інструменти, тактика, стратегія, психологічні аспекти

Суть ділових переговорів. Категорії. Стили переговорів: борці джунглів, диктатори, «мама або тато», тіні, втішувачі, «разом виграємо». Інструменти переговорів: плани, плани на випадок, можливості, заміни.

Структура та фази переговорів. Аналіз результатів переговорів.

Вибір тактики під час ділових переговорів. Тактичні прийоми: пакетування, вихід або «відхилення від боротьби», завищення вимог, висунення вимог в останню хвилину. Некоректні тактичні прийоми.

Методи ведення переговорів: м'який, жорсткий, принциповий. Вимоги творчого підходу до вирішення проблеми. Мозковий штурм. Психологічні аспекти ведення переговорів.

ТЕМА 7. Невербальні елементи іміджелогії

Розташування співрозмовників під час ділових контактів. Зони спілкування ділової людини. Варіанти розташування за столом ділових зустрічей та переговорів.

Жести ділової людини та їх трактування. Основні правила невербаліки. Вимоги до постави.

Голос, промови, доповіді. Основні рекомендації щодо підготовки публічної доповіді. Інші аспекти невербального спілкування: вітання, у ліфті, підслуховування.

ТЕМА 8. Гостинність. Ділові ситуації за столом

Види ділової гостини. Організація та проведення прийомів з розсаджуванням. Правила виголошення тосту.

Організація ділового сніданку, обіду, вечері: час, тривалість, питання для обговорення, вимоги меню. Запрошення на ділову гостину. Коктейль фуршет: суть, основна мета, правила проведення.

Шведський стіл (буфетний обід), «Бокал шампанського («Бокал вина»), Журфікс.

Ситуації під час гостини, основні правила доброї поведінки за столом.

ТЕМА 9. Протокол дарування

Діловий подарунок: класифікація, вимоги до змісту подарунку, правила протоколу дарування.

Ділові дарунки та закон. Невідповідні подарунки.

Як давати та як приймати подарунки.

ТЕМА 10. Зовнішній вигляд як запорука успішного ділового іміджу

Стилі ділового гардеробу. Охайність та консерватизм. Вимоги до зовнішнього вигляду чоловіка та жінки. Важливість ділових аксесуарів.

Гардероб спортивного відпочинку для чоловіків та жінок: суть, основні вимоги та правила використання.

Охайність і консерватизм. Підбір гардеробу та його кольору до виду ділової зустрічі чи гостини.

Розділ 4. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

4.1. Основна

1. Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. - К.: Університет «Україна», 2008. - 217 с.
2. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. — К., 2005.
3. Бондаренко І. С. Іміджологія: Психологія іміджу: Навч.-метод. посібн. для студ. освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». - Запоріжжя: ЗНУ, 2014. - 122 с.
4. Бондаренко І. С. Іміджологія: Імідж особистості: Навч.-метод. посібн. для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». - Запоріжжя: ЗНУ, 2014. - 162 с.
5. Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії. - Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. - 320 с. (ISBN 978-966-599-541-8).
6. Бугрим В. В. Іміджологія/ Іміджмейкінг: навчальний посібник. - К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. - 250 с.
7. Гриценко Т.Б. Етика ділового спілкування: навчальний посібник. - К. : Центр учбової літератури, 2007.- 344 с.
8. Етика ділового спілкування: навч. посібник / В.Г. Воронкова, А.Г. Беліченко, В.В. Мельник, М.А. Ажажа. – Львів : Магнолія-2006 , 2009 . – 312 с.
9. Єлізарова, І. А. Стиль ділового успіху : навч посібник / І.А. Єлізарова .- К.: Кондор, 2007 - 160с.
10. Зусін В.Я. Етика та етикет ділового спілкування: навчальний посібник. - 2-е вид., перероб. і доп. — К.: ЦНЛ, 2005. — 224 с.
11. Маценко В. Технологія іміджу / В. Маценко.— К.: Главник, 2005.— 96 с.
12. Палеха, Ю.І. Етика ділових відносин : навч. посібник / Ю. І. Палеха. – К.: Кондор, 2008. - 356 с.
13. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. - К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. - 324 с.
14. Повна енциклопедія сучасного етикету / укл. О. Д. Сиплива. - Донецьк: ВКФ БАО, 2010. - 304 с.
15. Приходченко ЯВ. Іміджологія: конспект лекцій / Я. В. Приходченко. - Донецьк: Донецький національний університет економіки і торгівлі, 2011. - 49 с.

16. Снітинський В.В., Завальницька Н.Б., Брух О.О. Діловий етикет у міжнародному бізнесі: Навчальний посібник. - Львів : «Магнолія 2006», 2009. - 300 с.
17. Тимошенко. Н.Л. Корпоративна культура: діловий етикет : навч. посіб. — К.: Знання, 2006. — 391 с.
18. Хавкіна Л. М. Іміджологія: навчально-методичний посібник / Л. М. Хавкіна. - Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. - 64 с.
19. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»] / І.Г. Шавкун, Я.С. Дибчинська. - Запоріжжя : ЗНУ, 2016. - 111 с.

4.2. Додаткова

20. Бугрим В. В. Комунікативно-технологічні матриці побудови ефективного іміджу / В.В. Бугрим// Наукові записки Інституту журналістики. - К., 2007. - Т.28. - С.33-42.
21. Буторіна В. Б. Іміджеологія і PR підприємств туристичної галузі : навч.-метод. посіб. - Кам'янець-Подільський : ПП «Медобори-2006», 2015. - 112 с.
22. Губерський Л., Андрущенко В., Михальченко М. Культура. Ідеологія. Особистість: Методолого-світоглядний аналіз. – К.: Знання України, 2002. – 620с.
23. Дмитренко, М.Й. Ділове спілкування: норми, принципи, стратегії: монографія .- Черкаси: Брама-Україна, 2009. - 120 с.
24. Діловий етикет. Етика ділового спілкування / укл. І.Афанасьєв.- 3-є вид. перероб. та доп.- К.: Альтерпрес, 2003. - 368 с.- (Бібліотека ділової людини)
25. Іміджологія: Навч.-метод. матеріали до курсу занять / Харк.держ.акад. культури; Уклад.: Ю.Є. Петрухно.- Х.: ХДАК., 2003.- 23 с.
26. Іміджологія : [навч.пос.] / за заг. ред. З. І. Тимошенко. – К.: Вид.-во Європ.ун-ту, 2004.– 200с.
27. Королько В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика / Королько В.Г., Некрасова О. В. - К: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. - 831 с.
28. Королько В. Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика / Підручник — К.: ВД «Скарби», 2001. - 265 с.
29. Примак Т.О. Паблік рилейшнз у бізнесі : підручник. - К. : КНЕУ, 2010. - 304 с.
30. Радченко, С.Г. Етика бізнесу. Практикум : навч.посібник / С. Г. Радченко. - К.: КНТЕУ, 2009. -192 с.
31. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2001. — 104 с.
32. Шеломенцев В.М. Етикет і сучасна культура спілкування[Текст] / В.М.Шеломенцев; ред. .В.К.Федорченко .- К.: Лібра, 2003. - 416 с.

4.3. Періодичні видання:

1. Актуальні проблеми економіки.
2. Бізнес.
3. Економіка України.

4. IMAGE.ua.
5. Імідж сучасного педагога.
6. Регіональна економіка.

4.4. Internet сайти:

1. Офіційний сайт Президента України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/>.
2. Офіційний сайт Верховної Ради України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/>.
3. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського . [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>.
4. Офіційний сайт Львівської національної бібліотеки України ім. В. Стефаника. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.lsl.lviv.ua/>.