



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ТА БІЗНЕСУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан

_____ доц. А.В. Стасишин
(підпис)

«_____» _____ 2020р.

РОБОЧА 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

форма навчання: денна

Робоча 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 денної форми навчання
“9” січня 2020 року – 21 с.

Розробник:

Завальницька Н.Б. – доцент кафедри державних та місцевих фінансів,
к.е.н., доцент

Розглянуто та ухвалено на засіданні кафедри державних та місцевих фінансів ЛНУ ім. І.Франка
Протокол № 6 від «9» січня 2020 р.

Завідувач кафедри державних та місцевих фінансів, д.е.н., 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, обгрунтовувати 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. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Характеристика навчальної дисципліни							
Шифр та найменування галузі знань <i>07 «Управління та адміністрування»</i>				Цикл дисциплін за навчальним планом <i>Вибіркова дисципліна</i>			
Код та назва напрямку підготовки:				Освітній ступінь: <i>бакалавр</i>			
Спеціалізація: <i>074 «Публічне управління та адміністрування»</i>							
Курс: 4 Семестр: 8				Методи навчання: <i>лекції, практичні заняття, самостійна робота, ІНДЗ (творчі завдання), робота в бібліотеці, складання схем, таблиць тощо.</i>			
Кількість кредитів ECTS	Кількість годин	Кількість аудиторних годин	Лекції	Практичні	Заліки по модулях	Самостійна робота студента (СРС)	Індивід. робота студента (ІР)
3	90	45	27	18	2	32	13
Кількість тижневих годин		Кількість змістових модулів (тем)		Кількість заліків по модулях/контрольних робіт		Вид контролю	
5		10		1		залік	

Розділ 3. 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 4. 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. Стилі 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 іміджології

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 5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

5.1. 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.

5.2. 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 рилейшнз. 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.

5.3. Періодичні видання:

1. Актуальні проблеми економіки.
2. Бізнес.
3. Економіка України.
4. IMAGE.ua.
5. Імідж сучасного педагога.
6. Регіональна економіка.

5.4. 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/>.

**Розділ 6. ГРАФІК РОЗПОДІЛУ НАВЧАЛЬНОГО ЧАСУ ЗА
ОСВІТНЬОЮ ПРОГРАМОЮ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНОЇ РОБОТИ**

№ розділу, теми (змістові модулі)	Назва розділу, теми, змістового модуля	Кількість годин за ОПП			Розподіл аудиторних годин		
		всього	у тому числі		лекції	практичні	заліки по модулях
			СРС/ ІНДЗ	аудиторні			
<i>ЗАЛІКОВИЙ МОДУЛЬ № 1</i>							
Тема 1.	Імідж як феномен сучасного світу	8	4	4	2	2	-
Тема 2.	Етапи створення іміджу та технології його формування	8	4	4	2	2	-
Тема 3.	Формування корпоративного іміджу	8	4	4	2	2	-
Тема 4.	Організація ділових письмових контактів як елемент іміджелогії	10	2/4	4	2	2	-
Тема 5.	Організація ділових зустрічей як інструмент формування ділового іміджу	14	4/4	6	4	2	-
Тема 6.	Підготовка та проведення ділових переговорів: інструменти, тактика, стратегія, психологічні аспекти	13	4/3	6	4	2	-
Тема 7.	Невербальні елементи іміджелогії	10	4/1	5	4	1	-
Тема 8.	Гостинність. Ділові ситуації за столом	5	2	3	2	1	-
Тема 9.	Протокол дарування	5	2	3	2	1	-
Тема 10.	Зовнішній вигляд як запорука успішного ділового іміджу	7	2/1	4	3	1	
	Заліковий модуль	2	-	2	-	-	2
	ІНДЗ	-	13	-	-	-	-
Разом годин		90	32/13	45	27	16	2

Розділ 7. КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН АУДИТОРНИХ ЗАНЯТЬ

7.1. Календарно-тематичний план лекційних занять

№ з/п	Тема лекційного заняття	К-сть год.
1.	Імідж як феномен сучасного світу	2
2.	Етапи створення іміджу та технології його формування	2
3.	Формування корпоративного іміджу	2
4.	Організація ділових письмових контактів як елемент іміджелогії	2
5.	Організація ділових зустрічей як інструмент формування ділового іміджу	2
6.	Організація ділових зустрічей як інструмент формування ділового іміджу	2
7.	Підготовка та проведення ділових переговорів: інструменти, тактика, стратегія, психологічні аспекти	2
8.	Підготовка та проведення ділових переговорів: інструменти, тактика, стратегія, психологічні аспекти	2
9.	Невербальні елементи іміджелогії	2
10.	Невербальні елементи іміджелогії	2
11.	Гостинність. Ділові ситуації за столом.	2
12.	Протокол дарування	2
13.	Зовнішній вигляд як запорука успішного ділового іміджу	2
14.	Зовнішній вигляд як запорука успішного ділового іміджу	1
РАЗОМ ГОДИН		27

7.2. Календарно-тематичний план практичних занять, заліків по модулях

№ заняття	Тема практичного заняття. Контрольні роботи (заліки по модулях)	К-сть годин
1.	Імідж як феномен сучасного світу	2
2.	Етапи створення іміджу та технології його формування	2
3.	Формування корпоративного іміджу	2
4.	Організація ділових письмових контактів як елемент іміджелогії	2
5.	Організація ділових зустрічей як інструмент формування ділового іміджу	2
6.	Підготовка та проведення ділових переговорів: інструменти, тактика, стратегія, психологічні аспекти	2
7.	Невербальні елементи іміджелогії. Гостинність. Ділові ситуації за столом	2
8.	Протокол дарування. Зовнішній вигляд як запорука успішного ділового іміджу	2
	Разом практичних занять	16
9.	Заліки по модулях (ЗМ)	2
	РАЗОМ ГОДИН	18

7.3. Графік консультацій

№ з/п	Назва розділу, теми, зміст консультації	К-сть годин
1.	Консультації по темах навчальної дисципліни	2
2.	Консультації щодо підготовки до залікового модуля	2
	РАЗОМ ГОДИН	4

Розділ 8. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ

1. Імідж та його природа.
2. Іміджелогія в комплексі наук
3. Типи іміджу
4. Функції іміджу
5. Інструментарій іміджу
6. Етапи створення іміджу
7. Технологія формування іміджу
8. Основні ознаки іміджу ділової людини

9. Професійні особливості роботи іміджмейкера
10. Корпоративний імідж: суть, основні характеристики, складові
11. Функції та завдання корпоративного іміджу
12. Основні етапи формування іміджу компанії
13. Рекомендації з формування позитивного корпоративного іміджу
14. Оцінка корпоративного іміджу
15. Організація ділового листування
16. Ділові плани і пропозиції: суть, зміст, вимоги до оформлення
17. Короткі листи і замітки, оформлення візиток
18. Організація ділових зустрічей.
19. Ділова ієрархія
20. Програма і звіт ділових зустрічей: суть, вимоги до оформлення
21. Телефонні розмови.
22. Телефонні конференції
23. Організація прийому відвідувачів
24. Суть переговорів, основні категорії та принципи їх організації
25. Стилi переговорів
26. Інструменти переговорів
27. Структура переговорів
28. Тактика переговорів
29. Методи ведення переговорів
30. Психологічні аспекти ведення ділових переговорів
31. Особливості міжнародних переговорів
32. Контракти: основний зміст та вимоги до оформлення
33. Розташування співрозмовників під час ділових контактів
34. Основні засади невербального спілкування
35. Голос, промови, доповіді
36. Інші аспекти невербального спілкування
37. Мета ділової гостини, основні вимоги до її організації
38. Організація та проведення прийомів з розсаджуванням
39. Організація ділового сніданку, обіду, вечері
40. Коктейль фуршет: суть, основна мета, правила проведення
41. Інші види ділової гостини
42. Ситуації під час прийомів
43. Непередбачені ситуації під час ділової гостини
44. Основні правила доброї поведінки за столом
45. Мистецтво дарування
46. Ділові подарунки і закон
47. Основні правила протоколу дарування
48. Вибір ділового гардеробу
49. Важливість дрібних деталей, підбір аксесуарів
50. Гардероб спортивного відпочинку
51. Охайність і консерватизм зовнішнього вигляду, гармонія кольорів

9. МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Система оцінювання сформованих компетентностей (див. табл. 1.2) у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, практичні заняття, а також виконання ІНДЗ та самостійної роботи.

Основним нормативним документом, що визначає оцінювання сформованих компетентностей у студентів є Положення «Про контроль та оцінювання навчальних досягнень студентів Львівського національного університету імені Івана Франка» від 01.03.2013р. із змінами, затвердженими наказом ректора від 01.07.2015р. № О-96. Оцінювання здійснюється за 100-бальною системою (за шкалою ECTS та національною шкалою). Відповідно до Положення контрольні заходи включають:

- **поточний контроль знань та компетентностей студентів**, який включає оцінку роботи студентів за всіма видами аудиторної роботи (лекції, практичні заняття), оцінку роботи студентів за самостійну та індивідуальну науково-дослідну роботу;
- **підсумковий контроль знань та компетентностей студентів** у вигляді семестрового заліку, який проводиться відповідно до графіку навчального процесу. Підсумковий залік охоплює програму дисципліни і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей (див. табл. 1.2). Результат семестрового заліку оцінюється в балах (максимальна кількість – 100 балів).

Оцінювання рівня знань та компетентностей студентів на практичних заняттях, оцінка роботи студентів за самостійну та індивідуальну науково-дослідну роботу проводиться за п'ятибальною системою (від 1 до 5 балів).

Результат поточного контролю (РПК) знань та компетентностей студентів за семестр визначається як середнє арифметичне з поточних балів за 5-бальною шкалою, відображених у журналі обліку відвідування та успішності студентів, помножене на коефіцієнт переведення результатів освітньої діяльності студентів:

$$\text{РПК} = \frac{\text{Сума балів за результатами поточного контролю}}{\text{Кількість об'єктів контролю}} * K,$$

де

- *сума балів за результатами поточного контролю* – це загальна сума балів, отриманих студентом по усіх об'єктах контролю (практичних заняттях, підсумковому модулю, СРС та ІНДЗ);

- *кількість об'єктів контролю* – включає кількість практичних занять, підсумковий модуль, СРС та ІНДЗ (контроль знань студентів з навчальної дисципліни «Іміджологія» включає 11 об'єктів контролю: 8 практичних занять, підсумковий модуль, СРС та ІНДЗ);

- *K* - коефіцієнт переведення результатів знань та компетентностей студентів (K=20).

9.1. Таблиця оцінювання (визначення рейтингу) навчальної діяльності студентів

Поточний та модульний контроль				Заохочувальні бали (затверджені Вченою радою Університету)	РАЗОМ – 100 балів
Практичні заняття	Залік по модулю	Самостійна робота студента	ІНДЗ		
<i>100 балів</i>					

9.2. Критерії оцінювання знань та компетентностей студентів

№ з/п	Види робіт та критерії оцінювання	Кількість балів
1. Бали поточної успішності за участь у практичних заняттях		
Критерії оцінювання		Від 0 до 5 балів
	• практична робота виконана у зазначений термін (за розкладом), у повному обсязі, без помилок і зарахована	5
	• практична робота виконана у зазначений термін (за розкладом), у повному обсязі, зарахована, але має незначні зауваження	4
	• практична робота виконана у неповному обсязі, та (або) при наявності значних помилок, і зарахована при умові її доопрацювання, та (або) повторне виконання не зарахованої практичної роботи	3
	• практична робота виконана з порушенням терміну без поважних причин не повному обсязі та має декілька незначних зауважень	2
	• практична робота виконана з порушенням терміну без поважних причин не повному обсязі та має значну кількість суттєвих зауважень	1
	• практична робота не виконана, або не зарахована	0
2. Самостійна робота студентів (СРС)		
Критерії оцінювання		5 балів
	• розгорнутий, вичерпний виклад змісту питань; • опрацювання необхідних законів і нормативних матеріалів України, міжнародних та міждержавних угод, обов'язкове посилання на них під час розкриття питань; • повний перелік необхідних для розкриття змісту питань категорій та законів; • використання актуальних фактичних та статистичних даних, матеріалів останніх подій в дипломатичній сфері в країні та за її межами;	5

<ul style="list-style-type: none"> • використання матеріалів періодичної преси; • посилання на опрацьовані джерела при висвітленні питань практичного заняття; • проведений опис об'єктів; • використані матеріали з практики роботи діючих підприємств; • акуратні і змістовні записи в зошиті 	
<ul style="list-style-type: none"> • порівняно з виконанням роботи на найвищий бал не зроблено розкриття двох пунктів, указаних вище (якщо вони потрібні для вичерпного розкриття питання) 	4
<ul style="list-style-type: none"> • порівняно з виконанням роботи на найвищий бал не зроблено розкриття трьох і більше з пунктів, указаних вище (якщо вони потрібні для вичерпного розкриття питання); • робота студента малообгрунтована, неповна; • студент не опрацював законодавчі матеріали, матеріали періодичної преси; • студент не використав опрацьовані матеріали на практичному занятті; 	3
<ul style="list-style-type: none"> • робота студента малообгрунтована, неповна; • використані матеріали лише підручника; • студент не використав опрацьовані матеріали на семінарському/практичному занятті; 	2-1
<ul style="list-style-type: none"> • самостійна робота не виконана 	0
3. Індивідуальна робота студента (ІНДЗ)	
Критерії оцінювання	5 балів
<ul style="list-style-type: none"> ▪ глибоке розкриття проблем, відображення власної позиції, опрацювання додаткових джерел літератури, використання практичних матеріалів, виступ перед групою 	5
<ul style="list-style-type: none"> ▪ глибоке розкриття проблем, відображення власної позиції, опрацювання додаткових джерел літератури, використання практичних матеріалів 	4
<ul style="list-style-type: none"> ▪ робота суто компілятивного рівня 	3
<ul style="list-style-type: none"> ▪ робота подана невчасно, не відповідає означеним вимогам, зміст роботи не відповідає обраній темі дослідження 	2-1
<ul style="list-style-type: none"> ▪ не виконано 	0
4. Залік по модулю	
Критерії оцінювання	Від 0 до 5 балів
Встановлено 3 рівні складності завдань.	
1. Перший рівень (завдання 1) – завдання із вибором відповіді – тестові завдання: завдання з вибором відповіді вважається виконаним правильно, якщо в картці тестування записана правильна відповідь.	1 бал
2. Другий рівень (завдання 2) – завдання з короткою відповіддю: завдання з короткою відповіддю вважається виконаним правильно, якщо студент дав вірні визначення, посилання, тлумачення, короткі коментарі.	2 бали
3. Третій рівень (завдання 3) – практичні завдання з повним розв'язком і поясненням одержаних відповідей: в завданнях потрібно записати послідовні та логічні дії всіх рішень і зробити обгрунтовані висновки. Якщо потрібно, то проілюструвати розв'язання завдання схемами, графіками	2 бали

9.3. Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою		
		Екзамен, диференційований залік		Залік
A	90 – 100	5	відмінно	зараховано
B	81 – 89	4	дуже добре	
C	71 – 80		добре	
D	61 – 70	3	задовільно	
E	51 – 60		достатньо	
FX	21 – 50	2	незадовільно	незараховано
F	0 – 20	2	незадовільно (без права перездачі)	не зараховано (без права перездачі)

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни за цією шкалою відображається у відомості обліку успішності та іншої академічної документації.

Розділ 10. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчально-методичне та наукове забезпечення організації навчального процесу з навчальної дисципліни „Іміджологія в публічному управлінні” включає:

- державні стандарти освіти;
- навчальні та робочі навчальні плани;
- програму навчальної дисципліни;
- робочу програму навчальної дисципліни;
- плани практичних занять та методичні рекомендації з їх проведення;
- завдання та методичні матеріали до виконання самостійної роботи;
- завдання та методичні матеріали до виконання індивідуальної науково-дослідної роботи (ІНДЗ);
- завдання для проведення проміжного контролю (тестові завдання);
- завдання для проведення модульного контролю;
- законодавчі та інструктивно-методичні матеріали;
- опорний конспект лекцій.

Розділ 11. МЕТОДИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ

Проблемні лекції - направлені на розвиток логічного мислення студентів. Коло питань теми обмежується двома-трьома ключовими моментами. Студентам під час лекцій роздається друкований матеріал, виділяються головні висновки з питань, що розглядаються. Під час читання лекцій студентам даються питання для самостійного обмірковування. Студенти здійснюють коментарі самостійно або за участю викладача.

Мозкові атаки – метод розв’язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити якомога більшу кількість ідей за дуже обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх відбір.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань тощо.

Дискусії - передбачають обмін думками і поглядами учасників з приводу даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, виробляють вміння формулювати думки й висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів.

Робота в малих групах - дає змогу структурувати практичні заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду спілкування.

Банки візуального супроводження сприяють активізації творчого сприйняття змісту дисципліни за допомогою наочності:

- Законодавчі матеріали та коментарі до них;
- Навчально-методичні матеріали;
- Структурно-логічні схеми та інший ілюстративний матеріал;
- Періодичні видання: «Актуальні проблеми економіки», «Економіка України», «Регіональна економіка», «Сталий розвиток економіки»

Розділ 12. РЕСУРСИ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Ресурси мережі Інтернет із законодавства України	Ресурси мережі Факультету з навчальної дисципліни
<p>www.president.gov.ua – офіційний сайт Президента України</p> <p>www.rada.gov.ua – офіційний сайт Верховної Ради України</p> <p>www.kmu.gov.ua – офіційний сайт Кабінету міністрів України</p> <p>www.minjust.gov.ua – Офіційний сайт Міністерства Юстиції України</p>	<ul style="list-style-type: none">▪ Програма навчальної дисципліни▪ Робоча програма навчальної дисципліни▪ Методичні рекомендації з вивчення тем▪ Практикум для проведення практичних занять▪ Методичні рекомендації з виконання самостійної роботи студента (СРС)▪ Методичні рекомендації до виконання індивідуальної роботи студента▪ Засоби діагностики знань студентів з навчальної дисципліни