


СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«Управління професійним іміджем»

| | |
|---|--|
| Рівень вищої освіти | Другий (магістерський) рівень |
| Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми | 073 Менеджмент, освітньо-професійна програма Бізнес-адміністрування |
| Статус навчальної дисципліни | Вибіркова навчальна дисципліна |
| Курс, семестр | 2 курс, 3 семестр |
| Трудомісткість | Загальна кількість годин – 120 год. Кількість кредитів ЄКТС – 4,0 |
| Мова(и) викладання | Українська |
| ННІ / факультет, кафедра | Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, Кафедра менеджменту ім. І. А. Маркіної |
| Контактні дані розробника(ів) |  <p style="text-align: right;"> Тетяна ВОРОНЬКО-НЕВІДНИЧА, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної </p> <p> <i>e-mail:</i> tetiana.voronko-nevidnycha@pdaa.edu.ua. <i>роб. тел.</i> (0532) 50-25-22. <i>сторінка викладача:</i> https://www.pdaa.edu.ua/people/voronko-nevidnycha-tetyana-viktorivna </p> |
| Мета вивчення навчальної дисципліни | сформувати у здобувачів вищої освіти цілісне уявлення про сутність і значення створення зовнішнього та внутрішнього іміджу фахівця в процесі управлінської діяльності, навчити принципам, методам і технологіям створення й управління іміджем майбутнього фахівця, підприємства (організації, установи) |
| Компетентності | Загальні: ЗК 3. Здатність використання інформаційних та комунікаційних технологій; ЗК 6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність) Спеціальні (фахові, предметні): СКЗ. Здатність до саморозвитку, навчання впродовж життя та ефективного самоменеджменту |
| Результати навчання | РН 10. Демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, |

| | |
|--|--|
| | впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач |
| Методи навчання | <p>1) <i>методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності</i>: словесні (лекція, розповідь, пояснення, бесіда), наочні, практичні (практичні роботи, робота з навчально-методичною літературою);</p> <p>2) <i>методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності</i>: методи формування пізнавальних інтересів, методи стимулювання і мотивації обов'язку й відповідальності;</p> <p>3) <i>інноваційні та інтерактивні методи навчання</i>: інтерактивні методи, комп'ютерні та мультимедійні методи;</p> <p>4) <i>методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності</i>: методи усного контролю, методи письмового контролю, методи самоконтролю.</p> |
| Програма навчальної дисципліни | <p>Тема 1. Імідж: типи та функції</p> <p>Тема 2. Поняття інструментарію в іміджелогії та специфіка його використання</p> <p>Тема 3. Створення індивідуального іміджу: особистісний і професійний аспект</p> <p>Тема 4. Принципи, етапи і засоби створення корпоративного іміджу</p> <p>Тема 5. Засоби і методи підтримки та покращення іміджу</p> <p>Тема 6. Створення іміджу організації (корпоративний імідж): основні вимоги та чинники</p> <p>Тема 7. Імідж держави. Іміджева політика України</p> |
| Стратегія оцінювання результатів навчання | <p>Поточний контроль: розв'язування тестів; робота на лекціях; контрольна робота; виконання вправ на практичних заняттях; виконання завдань самостійної роботи (реферати, есе, презентації, глосарій).</p> <p>Підсумковий контроль: залік</p> |
| Політика навчальної дисципліни | <p>Політика курсу полягає в максимальному заохоченні здобувачів до самостійного пошуку рішень, ініціативності, взаємодії, формування конструктивних комунікацій та командної роботи; обов'язковому дотриманні академічної доброчесності здобувачами, а саме: самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни; посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.</p> <p>При проходженні курсу здобувачі мають активно</p> |

| | |
|---|---|
| | <p>працювати на практичних заняттях, виконувати завдання для самостійної роботи. Штрафних балів з курсу не передбачається. Заохочувальні бали студент може отримати за поглиблене вивчення окремих тем курсу, що може бути представлене у вигляді наукових тез, наукової статті, есе, презентації тощо.</p> <p>Бали за присутність на лекціях та практичних заняттях не додаються, проте, залученість до обговорення дискусійних питань на лекціях, а також активна участь у виконанні індивідуальних та групових завдань на практичних заняттях, аналізі конкретних ситуацій, обговоренні питань теми, захисті завдань самостійної роботи та ін. формують загальний рейтинг з дисципліни. Тому пропуск занять не дає можливості студенту отримати бали для семестрового контролю.</p> <p>Здобувачі вищої освіти мають право на перезарахування результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно відповідного Положення про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Здобувачі можуть самостійно на платформах онлайн-освіти, шляхом участі у короткострокових навчальних програмах і проектах (з видачею сертифіката) опановувати навчальний матеріал, який за змістом дозволяє набути очікувані навчальні результати навчальної дисципліни.</p> |
| <p>Передумови для вивчення навчальної дисципліни (за потреби)</p> | <p>«Стратегічний менеджмент», «Тайм-менеджмент», «Управління підприємством у бізнес-середовищі»</p> |
| <p>Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни (за потреби)</p> | <p>Презентації, відеоролики</p> |
| <p>Рекомендовані джерела інформації</p> | <p style="text-align: center;">Нормативні:</p> <p>1. Конституція України : Прийнята Верховною Радою України 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80.#Text</p> <p style="text-align: center;">Основні:</p> <p>2. Барна Н. В. Іміджелогія: навч. посіб. Київ: ун-т «Україна», 2015. 216 с.</p> <p>3. Бондаренко І. С. Іміджелогія у системі гуманітарних знань: культурноосвітні стратегії. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. 320 с.</p> <p>4. Лісовський П. М. Суспільна риторика : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2015. 244 с.</p> <p style="text-align: center;">Допоміжні:</p> <p>5. Воронько-Невіднича Т.В., Баган Н.В., Торяник А.І. Вплив іміджу менеджера на процес прийняття управлінських рішень. <i>Економічний</i></p> |

вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2022. №

6. Воронько-Невіднича Т.В., Борисенко Ю.В., Цимбал В.В., Карпенко В.С. Забезпечення стійкості розвитку підприємства на основі формування професійного іміджу керівника за сучасних умов (англ.). *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького* 2022. № 4.

URL: <http://biblioteka.cdu.edu.ua/index.php/visnuku-chnu>.

7. Воронько-Невіднича Т.В. Етапи формування іміджу підприємства. *Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору*: зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф. (заочна форма). Полтава, 2020. 345 с. С. 42–44.

8. Воронько-Невіднича Т.В. Завдання державної соціальної політики у контексті старіння населення. *Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики*: зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. Полтава : ТОВ «Сімон», 2020. 275 с. С. 143–146.

9. Воронько-Невіднича Т.В., Зось-Кіор М.В., Дячков Д.В. Особливості дистанційної комунікації в сучасній організації. Зб. матеріалів наукових праць наук.-практ. конф. професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії за підсумками науково-дослідної роботи в 2019 році. Полтава : РВВ ПДАА, 2020. 438 с. С. 78–80.

10. Воронько-Невіднича Т.В., Шупта І.М. Особливості виникнення та функціонування репутаційного менеджменту в Україні: колективна монографія; за ред. Маркіна І.А., Аранчій В.І., Сафонов Ю.М., Лепейко Т.І. та інші. *Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики*. Полтава: «Сімон», 2017. Вип. 1. 728 с. С. 232–239.

11. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії: монографія / І.С. Бондаренко. Запоріжжя, 2016. 305 с.

12. Кармаза О. Медіація та переговори як альтернативні способи вирішення спорів. *Підприємництво, господарство і право*. 2020. № 5 (291). С. 13-18.

13. Міллер Д. Створи StoryBrand. Розкажи історію бренду, і тебе почують; пер. з англ. В. Дешка. Харків: Віват, 2022. 240 с.

14. Sandra Maria Correia Loureiro, Eduardo Moraes Sarmiento, Goulwen Le Bellego The effect of corporate brand reputation on brand attachment and brand loyalty: Automobile sector. *Cogent Business & Management*. 2017. URL: <https://www.cogentoa.com/article/10.1080/23311975.2017.1360031.pdf>.

| | |
|--------------|---|
| | <p style="text-align: center;">Інформаційні ресурси:</p> <p>15. Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. URL : http://www.nbuv.gov.ua/</p> <p>16. Бібліотека українських підручників. URL : https://westudents.com.ua/.</p> <p>17. Інтернет-портал для управлінців Менеджмент.com.ua: веб-сайт. URL: http://www.management.com.ua/hrm/motivation.php.</p> <p>18. Сайт електронної бібліотеки: веб-сайт. URL: http://www.info-library.com.ua/books-text-2031.html</p> <p>19. Сайт онлайн – бібліотеки: веб-сайт. URL: http://ualib.com.ua/br_2031.html.</p> <p>20. Сайт бібліотеки on-line: веб-сайт. URL: http://www.nbuv.gov.ua/</p> |
| Рік введення | 2023 |