



КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. І. А. МАРКІНОЇ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Стиль та імідж менеджера
(обов'язкова фахова навчальна дисципліна)

освітній ступінь Бакалавр

Розробник:

Воронько-Невіднича Тетяна –
завідувач, доцент кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної,
к.е.н., доцент

Гарант ОПП:

Тетяна Сазонова –
доцент кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної, к.е.н., доцент

Назва навчальної дисципліни	СТИЛЬ ТА ІМІДЖ МЕНЕДЖЕРА обов'язкова навчальна дисципліна
Назва структурного підрозділу	Кафедра менеджменту ім. І. А. Маркіної
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Воронько-Невіднича Тетяна Вікторівна Тетяна , к.е.н., доцент Контакти: ауд. 464, навчальний корпус №4 e-mail: tetiana.voronko-nevidnycha@pdaa.edu.ua, тел.: 0509568685, сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/voronko-nevidnycha-tetyana-viktorivna
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Спеціальність	073 Менеджмент
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	<i>Базові знання з економіки, управління. За відповідним рівнем, дисципліни, що передують вивченню «Стиль та імідж менеджера» – «Університетська освіта», «Менеджмент»</i>

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни вивчення основних факторів та елементів процесу формування стилю та іміджу менеджера та розробка засобів цілеспрямованого створення цілісного позитивного іміджу.

Основні завдання навчальної дисципліни: засвоєння теоретичних основ формування позитивного стилю та іміджу сучасного менеджера, технологій ділового етикету та протоколу, стилів керівництва менеджера, мистецтва усного і письмового ділового мовлення, теоретичних основ поведінки людини в організації, індивідуальних стратегій формування іміджу; розкриття іміджу сучасного керівника як цілісного соціально-економічного феномену, який впливає на результативність управлінської діяльності.

Компетентності:		Програмні результати навчання:
загальні:	фахові:	
- здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу; здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями; - здатність до адаптації та дій у новій ситуації	- здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань; - здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління; - здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички. - здатність застосовувати різні технології створення та управління іміджем підприємства	- формувати позитивний імідж у процесі управлінської діяльності

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Теорія поведінки людини в організації

Тема 2. Стили керівництва менеджера. Ефективні та неефективні стилі менеджменту

Тема 3. Психологія стилю управління

Тема 4. Імідж як феномен сучасного світу

Тема 5. Технології управління особистісним іміджем

Тема 6. Побудова ефективного іміджу. Стратегії управління особистісним іміджем

Тема 7. Технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу

Тема 8. Імідж ділового чоловіка та ділової жінки у сучасному світі

Трудомісткість

Загальна кількість годин – 135 год.

Кількість кредитів – 4,5.

Форма семестрового контролю – екзамен.

Структура курсу

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Денна форма навчання

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом по темі
	обговорення теоретичних питань	самостійна робота		Розв'язання тестів, наскрізний тестовий контроль	
		конспектування	написання тез доповіді, есе		
Теорія поведінки людини в організації	3	3	12	20	6
Стили керівництва менеджера. Ефективні та неефективні стилі менеджменту	3	3			6
Психологія стилю управління	3	3			6
Імідж як феномен сучасного світу	3	3			6
Технології управління особистісним іміджем	3	3			6
Побудова ефективного іміджу. Стратегії управління особистісним іміджем	3	3			6
Технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу	3	3			6
Імідж ділового чоловіка та ділової жінки у сучасному світі	3	3			6
Наскрізний тестовий контроль	-	-			
Екзамен	-	-		-	20
Разом	24	24	12	20	100

Політика оцінювання

1. Академічна доброчесність:

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавської державної аграрної академії. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); 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.

2. Дедлайни та перекладання:

Практичні завдання, завдання зі самостійної роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-30%). Перекладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.

3. Система оцінювання:

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за нац. шкалою
90 – 100	A	відмінно
82 – 89	B	добре
74 – 81	C	
64 – 73	D	
60 – 63	E	задовільно
35 – 59	FX	
1 – 34	F	незадовільно

Література та джерела інформації

Основні

1. Барна Н. В. Іміджологія: навч. посіб. Київ: ун-т «Україна», 2015. 216 с.
2. Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурноосвітні стратегії. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. 320 с.
3. Лісовський П. М. Суспільна риторика : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2015. 244 с.

Допоміжні

4. Артамонова Н. С. Особливості застосування комунікативних технологій в управлінні моно- та мегаструктурних суб'єктів. *Економіка. Фінанси. Право*. 2018. № 10. С. 17-20.
5. Богуш Д. Міжнародний імідж України: проблеми і перспективи URL: <http://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4b843f0bd3e45/>
6. 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.
7. 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.
8. 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.
9. 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.
10. Кармаза О. Медіація та переговори як альтернативні способи вирішення спорів. *Підприємництво, господарство і право*. 2020. № 5 (291). С. 13-18.
11. Пасько М.І. Характеристика та особливості іміджу підприємства. *Економіка розвитку*. 2018. №1(85). С. 58-65.

12. Сілецька Н.В. Роль іміджу у забезпеченні сталого розвитку сучасного бізнесу. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. Економіка та управління підприємствами*. 2017. № 2 (38). С. 59-63.

13. A study on the factors of regional competitiveness. A draft final report for the European Commission Directorate-General Regional Policy. URL: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/3cr/competitiveness.pdf.

14. Jaime Romero, Maria J. Yague Marketing assets: Relating brand equity and customer equity. *Intangible Capital*. 2016. № 12 (2). P. 591-618. URL: <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/87882/Jaime%20Romero.pdf>.

15. Sandra Maria Correia Loureiro, Eduardo Moraes Sarmento, 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>.

Інформаційні ресурси

1. Інтернет-портал для управлінців: веб-сайт: URL: <http://www.managment.com.ua/>

2. Інтернет-проект «Корпоративный менеджмент»: веб-сайт: URL: <http://www.cfin.ru/>

3. Інформація про тренінги та семінари. Матеріали, присвячені питанням навчання і розвитку персоналу: веб-сайт: URL: <http://www.trainings.ru/>

4. Спеціалізований сайт для менеджерів по персоналу: веб-сайт: URL: <http://www.hrm.ru/>

5. Національна бібліотека ім. В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/portal>.