

Силабус курсу:

ПСИХОЛОГІЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ТА СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ СПОРТСМЕНА



СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

<i>Ступінь вищої освіти:</i>	бакалавр
<i>Спеціальність:</i>	А7 «Фізична культура і спорт», С4 «Психологія»
<i>Рік підготовки:</i>	3
<i>Семестр викладання:</i>	Осінній
<i>Кількість кредитів ЄКТС:</i>	3
<i>Мова(-и) викладання:</i>	українська
<i>Вид семестрового контролю</i>	Залік

Автор курсу та лектор:

к.пед.н., Острянка Тетяна Сергіївна			
вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я та по-батькові			
доцент кафедри здоров'я людини			
посада			
ostrianko@snu.edu.ua	+38-099-759-05-16		за розкладом
електронна адреса	телефон	месенджер	консультації

Викладач лабораторних занять:*

вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я та по-батькові			
посада			
електронна адреса	телефон	месенджер	консультації

Викладач практичних занять:*

к.пед.н., Острянка Тетяна Сергіївна			
вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я та по-батькові			
доцент кафедри здоров'я людини			
посада			
ostrianko@snu.edu.ua	+38-099-759-05-16		за розкладом
електронна адреса	телефон	месенджер	консультації

* – 1) дані підрозділи вносяться до силабусу в разі, якщо практичні та (або) лабораторні заняття проводить інший викладач, котрий не є автором курсу та лектором; 2) припустимо змінювати назву підрозділу на «Викладач лабораторних та практичних занять:», якщо лабораторні та практичні заняття проводить один викладач, котрий не є автором курсу та лектором.

Анотація навчального курсу

Цілі вивчення курсу:

розв'язання низки завдань фундаментальної професійної підготовки висококваліфікованих фахівців, зокрема: ознайомлення з соціально-психологічною природою іміджу, основними поняттями іміджевого консультування, опанування системою знань про закономірності процесу функціонування іміджу, як складного соціально-психологічного утворення та усвідомлення принципів створення власного іміджу та аналізу пред'явлених іміджі та сприяння формуванню необхідних вмінь та навичок у професійній діяльності.

Результати навчання:

Знати: поняття іміджу в системі індивідуальної поведінки та соціального впливу, а також його символічну природу; соціально-психологічні проблеми, пов'язані з таким явищем, як індивідуальний імідж; чинники, які впливають на формування іміджу; наукові підходи, пов'язані з вирішенням соціально-психологічних проблем, пов'язаних з іміджем особистості; принципи, етапи, особливості формування іміджу; технології просування особистісного іміджу; методи і засоби відновлення пошкодженого іміджу.

Вміти: застосовувати стратегії побудови індивідуального іміджу; визначати типи іміджу; визначати фактори, що впливають на формування індивідуального іміджу; використовувати засоби формування іміджу та способи збереження іміджу професіоналом; застосовувати методи підтримки та покращення іміджу у професійній діяльності; аналізувати дослідження іміджу в контексті теорії особистості і Я-концепції; складати соціально-психологічну характеристику іміджу; здійснювати роботу, спрямовану на запобігання факторів, які руйнують імідж; здійснювати заходи щодо відновлення іміджу.

Передумови до початку вивчення:

Базові знання та уявлення з психології, педагогіки.

Мета курсу (набуті компетентності)

В наслідок вивчення даного навчального курсу здобувач вищої освіти набуде наступних компетентностей:

1. Знання про психологічні закономірності створення та сприйняття психічних образів;
2. Знання про роль соціального середовища у створенні і поширенні уявлень про взаємодію суб'єкта з власним іміджем.
3. Здатність враховувати психологічні засади іміджу, як активного і дійового суб'єктивного образу.
4. Здатність створювати і підтримувати власний імідж, що дозволить особистості успішно адаптуватися до вимог сучасного світу, покращити професійну репутацію та зміцнити міжособистісні зв'язки.

Структура курсу

№	Тема	Години (Л/ЛБ/ПЗ) за формами навчання	Стислий зміст	Інструменти і завдання
1.	Теоретичні аспекти психології іміджу та іміджевого консультування	денна 2/0/2	Сутність поняття іміджу. Об'єкт, предмет та головні категорії психології іміджу. Предмет та завдання психології іміджу. Імідж з точки зору соціальної психології, загальної психології. Характеристика суміжних понять іміджу – «образ», «репутація», «авторитет». Соціально-психологічна природа і типологія іміджу. Соціальні ефекти сприйняття іміджу. Структурні елементи іміджу. Імідж в психології сприймання.	Участь в обговоренні Індивідуальні завдання
2.	Символічна природа іміджу. Я-концепція як сукупність установок на імідж	денна 2/0/2	Визначення іміджу як символічного образу. Внесок психологів феноменологічної орієнтації у розробку теорії іміджу. Символічна природа іміджу. Семіотичне визначення іміджу. Імідж в контексті «Я-концепції». Я-концепція як сукупність установок на імідж. Імідж у концепції символічного інтеракціонізму. Я-образ і Я-концепція у розумінні Дж. Міда. Імідж як результат суб'єкт-суб'єктної взаємодії	Участь в обговоренні Індивідуальні завдання
3.	Імідж в системі індивідуальної поведінки та соціального впливу	денна 2/0/2	Імідж в системі індивідуальної поведінки. Імідж у системі соціального впливу. Типи та засоби психологічного впливу та імідж. Імідж та самооцінка особистості.	Участь в обговоренні Індивідуальні завдання

№	Тема	Години (Л/ЛБ/ПЗ) за формами навчання	Стислий зміст	Інструменти і завдання
			Типи іміджу. Принципи та етапи формування іміджу. Використання ресурсів свідомості та підсвідомості людини для формування іміджу. Функції іміджу. Поняття самопрезентації. Стратегії самопрезентації та формування враження. Створення іміджу як спосіб подолання когнітивного дисонансу.	
4.	Категоризація і сприйняття іміджу	денна 2/0/2	Сутність категоризації. Особливості категоризації при сприйнятті іміджу. Установки, що впливають на сприйняття індивідуального іміджу. Найзагальніші принципи стратегії побудови індивідуального іміджу. Психологічні фактори у сприйнятті іміджу. Психотехніки формування іміджу та самопрезентації.	Участь в обговоренні Індивідуальні завдання
5.	Створення індивідуального іміджу: особистісний і професійний аспект	денна 2/0/2	Сутність та особливості індивідуального іміджу. Створення іміджу, орієнтованого на самовідчуття та його особливості. Створення іміджу, орієнтованого на самосприйняття та його особливості. Функції індивідуального іміджу. Критерії позитивного індивідуального іміджу. Психічні стани, при яких створення іміджу не відбувається. Засоби і методи підтримки та покращення індивідуального іміджу. Роль емпатії у створенні індивідуального іміджу.	Участь в обговоренні Індивідуальні завдання
6.	Фактори, що впливають на формування індивідуального іміджу	денна 2/0/2	Фізичні дані, як підґрунтя формування індивідуального іміджу. Врахування особистісних рис. Інтелектуальна та професійна складова формування іміджу. Середовищний імідж: середовище в якому існує суб'єкт та речі які його оточують. Статусний та індивідуальний характер речей. Габітарний імідж: костюм, макіяж,	Участь в обговоренні Індивідуальні завдання

№	Тема	Години (Л/ЛБ/ПЗ) за формами навчання	Стислий зміст	Інструменти і завдання
			зачіска, прикраси. Кінетичний імідж, як манера триматися і рухатися. Вербальний імідж.	
7.	Засоби і методи підтримки та покращення іміджу	денна 2/0/1	Репутація, як основний засіб збереження іміджу. Здатність поєднувати якісні і зовнішні характеристики предмету, корпорації, та спеціаліста. Способи збереження іміджу професіоналом. Збереження особистісного здоров'я, як засіб досягнення адекватності.	Участь в обговоренні Індивідуальні завдання
8.	Груповий імідж. Особливості корпоративного іміджу. Предметний імідж.	денна 2/0/1	Поняття групового іміджу. Взаємозв'язок властивостей групового іміджу (розподіленість його стереотипність). Керування груповим іміджем. Поняття предметного іміджу. Цілі і мотиви створення предметного іміджу. Персоніфікація як механізм створення предметного іміджу. Принципи і етапи і засоби створення корпоративного іміджу. Функції корпоративного іміджу (іміджу організації). Формування специфічної корпоративної культури. Адекватність, оригінальність та спрямованість іміджу. Мета створення корпоративного іміджу. Визначення цільової аудиторії іміджу. Формування, впровадження і закріплення іміджу. Спільні та відмінні риси корпоративного іміджу з іншими типами іміджі. Основні засоби формування корпоративного іміджу (фірмовий стиль, візуальні засоби, вербальні засоби, рекламні заходи, PR-засоби та ін.).	
	Всього 16/0/14			

Рекомендована література

1. Безбах В.Г., Калениченко Р.А. Соціальний феномен іміджу в системі індивідуальної поведінки і соціального впливу: Зб. наук. праць Військового гуманітарного факультету Національної академії оборони України. К., 2004. № 5 (42). С. 3-11.
2. Калениченко Р.А. Особливості індивідуального іміджу // Труды академії: Зб. наук. праць Національної академії оборони України. Вип. 7. К., 2005. С. 98-104.
3. Калениченко Р.А., Наумов В.І. Соціально-психологічна природа іміджу в системі соціального впливу на індивідуальну поведінку: Зб. наук. праць Київського міжнародного університету. Вип. 5. К., 2004. С. 29-35.
4. Калениченко Р.А., Наумов В.І., Глущенко В.С. Особливості використання психологічного впливу в професійній діяльності: Зб. наук. праць Київського міжнародного університету. Вип. 7. К., 2005. С. 45-52.
5. Калениченко Р.А., Стасюк В.В. Психологічний захист об'єкта впливу: Зб. наук. праць Київського міжнародного університету. Вип. 8. К., 2006. С. 24-33.
6. Палеха Ю.І. Іміджологія / Ю.І. Палеха. К: Вид-во Європ. ун-ту, 2004. 315 с.
7. Погосян К.В. Литвиненко К.О. Корпоративний імідж як чинник конкурентноспроможності компанії. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Т.31(70). №2. 2020. С.24-27.
8. Digman J.M. Personality Structure: Emergence of the Five-Factor Model //Ann. Rev. Psychol. 1990. V. 41. P. 417-440.
9. Ghoncharenko A. A. (2014) Skiljky koshtuje reputacija i jak jiji rozrakhuvaty [How much does a reputation cost and how to calculate it]. Business, № 17, p. 41.
10. Kostjuk Gh.V., Storozhuk V.V. (2014) Formuvannja pozytyvnogho imidzhu pidpryjemstva [Formation of a positive image of the enterprise]. KNUTD Bulletin, № 1, p.181.
11. Nykyforenko V. Gh. (2017) Rolj imidzhu v stvorenni konkurentnykh perevagh pidpryjemstva [The role of the image in creating competitive advantages of the enterprise]. Scientific Bulletin of the Odessa National Economic University, № 5(248), p. 70-83.
12. Rudynsjka E.V., Jaromych S.A. (2016) Korporatyvnyj menedzhment [Corporate management]. K.: KNT, Eljgha-N (in Ukrainian).

Методичне забезпечення

1. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Психологія самопрезентації та створення іміджу».
2. Орієнтовні питання до екзамену з дисципліни «Психологія самопрезентації та створення іміджу».
3. Вказівки до виконання реферату та тематика реферативної роботи з дисципліни «Психологія самопрезентації та створення іміджу».
4. Тестова комплексна контрольна робота з дисципліни «Психологія самопрезентації та створення іміджу».

Оцінювання курсу

За повністю виконані завдання студент може отримати визначену кількість балів:

Інструменти і завдання	Кількість балів
Участь в обговоренні	35
Індивідуальні завдання	35
Заліковий тест	30
Разом	100

Шкала оцінювання студентів

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS
90-100	A
82-89	B
74-81	C
64-73	D
60-63	E
35-59	FX
0-34	F

Політика курсу

Плагіат та академічна доброчесність:

Під час виконання завдань студент має дотримуватись політики академічної доброчесності. Запозичення мають бути оформлені відповідними посиланнями. Списування є забороненим.

Завдання і заняття:

Всі завдання, передбачені програмою курсу мають бути виконані своєчасно і оцінені в спосіб, зазначений вище. Аудиторні заняття мають відвідуватись регулярно. Пропущені заняття (з будь-яких причин) мають бути відпрацьовані з отриманням відповідної оцінки не пізніше останнього тижня поточного семестру. В разі поважної причини (хвороба, академічна мобільність тощо) терміни можуть бути збільшені за письмовим дозволом декана.

Студент може пройти певні онлайн-курси, які пов'язані з темами дисципліни, на онлайн-платформах. При поданні документу про проходження курсу студенту можуть бути зараховані певні теми курсу та нараховані бали за завдання.

Поведінка в аудиторії:

На заняття студенти вчасно приходять до аудиторії відповідно до діючого розкладу та обов'язково мають дотримуватися вимог техніки безпеки.

Під час занять студенти:

- не вживають їжу та жувальну гумку;
- не залишають аудиторію без дозволу викладача;
- не заважають викладачу проводити заняття.

Під час контролю знань студенти:

- є підготовленими відповідно до вимог даного курсу;
- розраховують тільки на власні знання (не шукають інші джерела інформації або «допомоги» інших осіб);
- не заважають іншим;
- виконують усі вимоги викладачів щодо контролю знань.