МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет філософський
Кафедра теорії та історії культури

Затверджено
На засіданні кафедри теорії та історії культури
філософського факультету
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол № 1 від 27 серпня 2025 р.)

Завідувач кафедри **Альчук М.П.**

Силабус з навчальної дисципліни

«Іміджологія»

що викладається в межах ОПП другого (магістерського)

рівня вищої освіти для здобувачів

зі спеціальності 034 - Культурологія.

Львів 2025

Силабус курсу **«Іміджологія»**

2025-2026 навчального року

Назва курсу	**«Іміджологія»**
Адреса викладання курсу	вул. Університетська, 1, ауд. 202 Для дистанційних лекцій вхід за посиланням: Zoom Join Meeting https://us04web.zoom.us/j/8407490409?pwd=NmVGM0IyMGJLenAzUlNueWZ4SVZZQT09 Meeting ID: 840 749 0409 Passcode: 9CDW5N
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Філософський факультет, кафедра теорії та історії культури
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	03 – Гуманітарні науки 034 - Культурологія
Викладачі курсу	Альчук Марія Павлівна, доктор філософських наук, професор
Контактна інформація викладачів	al.chuk57@gmail.com mariya.alchuk@lnu.edu.ua
Консультації по курсу відбуваються	Консультації в день проведення лекцій/практичних занять (за попередньою домовленістю). Також можливі онлайн консультації через електронні ресурси. Для погодження часу он-лайн консультацій слідписати на електронну пошту викладача або дзвонити.
Сторінка курсу	https://filos.lnu.edu.ua/course/
Інформація про курс	Сучасні реалії трансформації суспільно-політичних процесів в Україні актуалізують вивчення напрямків формування позитивного іміджу не тільки країни, регіону чи окремого населеного пункту, а й особистості, як важливої частини суспільства. Функціонування підприємств, установ та організацій у сучасних умовах вимагає постійної підтримки позитивного іміджу працівників, продукту який створюється у процесі їхньої діяльності. Сьогодні все більше організацій звертають увагу на свій імідж, що сприяє розвитку іміджових технологій, появи нових напрямків у формуванні позитивного сприйняття як органів влади, так і приватних структур. Предметом вивчення навчальної дисципліни є набуття теоретичних знань та практичних навичок, необхідних для формування іміджу та розробки

	іміджологічних проектів й механізмів їх застосування.
Коротка анотація курсу	Дисципліна «Іміджологія» є професійно-орієнтованою зі спеціальності 034 – культурологія для освітньо-професійної програми «Культурологія» першого (магістерського) рівня вищої освіти, яка викладається у першому семестрі в обсязі 3 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Мета та цілі курсу	**Мета** навчальної дисципліни: надати студентам відомості про імідж як явище, іміджмейкерство та його особливості, психологічні властивості іміджу, технології управління особистісним іміджем, методи створення ефективного імідж-образу. Вивчення курсу "Іміджологія" передбачає вирішення наступних **завдань**: • сформувати світогляд майбутніх спеціалістів шляхом опанування ними певного обсягу історичних та сучасних знань про іміджевий потенціал організації/політика/товару; • показати, яким чином технології іміджу використовують в практиці суспільного життя; • досягти розуміння студентами «анатомії» соціального іміджу; • визначити психологічну природу іміджу (стереотипу/образу).
	Результати навчання за дисципліною: **знати:** - теоретико-методологічну базу іміджології; - історію та основні етапи розвитку іміджу; - типологію іміджу; - основні функції іміджу; - особливості імідж-технологій в організації; - принципи корпоративної культури в організації; - методи формування, реалізації, коригування іміджу в організації; - інструментарій іміджології; - основи іміджмейкінгу; - особливості ділового іміджу; **вміти:** - створювати особистий імідж; - володіти механізмами впливу імідж-образу на масову свідомість; - знати колористику і стилістику; - володіти навичками сучасного іміджмейкера зі створення іміджу фірми, корпорації крізь призму людського фактора.

	Після вивчення дисципліни здобувачі набудуть таких **компетентностей**: Загальних: • Здатність генерувати нові ідеї (креативність). • Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. Фахових: • Усвідомлення соціальної та етичної місії культуролога, а також можливостей та особливостей практичного використання культурологічного знання. • Здатність до ефективної взаємодії з представниками інших професій, а також до залучення до розв'язання проблем культури представників громадськості. • Здатність організовувати роботу та здійснювати керівництво закладами культури, а також відповідними структурними підрозділами підприємств і установ, враховуючи економічні, законодавчі та етичні аспекти. • Здатність до розв'язання актуальних проблем культури з урахуванням особливостей міжкультурної комунікації та ширшого контексту відповідних проблем. Програмні результати навчання • Організовувати та управляти діяльністю закладів культури та відповідними структурними підрозділами підприємств і установ • Мати навички вироблення та ухвалення рішень з управління закладами та установами культури чи відповідними структурними підрозділами у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах. • Мати навички організації та керівництва професійним розвитком осіб та груп у галузі культури. .
Література для вивчення дисципліни	1. Арістотель. Політика. Пер. з давньогрец О. Кислюк. Київ, 2000. http://litopys.org.ua/aristotle/arist.htm 2. Арістотель. Поетика. Пер. з старогрецької Борис Тен. Київ, 1967. https://shron1.chtyvo.org.ua/Aristotle/Poetyka_vyd_1967.pdf? 3. Арістотель. Риторика (фрагменти) // https://www.litmir.me/br/?b=578974&p=1 4. Платон. Діалоги Горгий. / Пер. з давньогрец. Київ, 1995. https://chtyvo.org.ua/authors/Plato/Dialohy/ 5. Прокопович Ф. Про риторичне мистецтво. Філософські твори. Т. 1. К., 1979. http://litopys.org.ua/procop/proc1.htm 6. Роттердамський Еразм Похвала глупоті. Домашні бесіди. К.: Основи, 1993. 7. Сенека Луцій Анней Діалоги/;пер.з лат.Андрій Содомора. Львів: Апріорі, 2016.. https://www.rulit.me/books/dialogi-read-513621-1.html#section_1 8. Сенека Луцій Анней. Моральні листи до Луцілія/пер.з лат. Андрій Содомора. Київ, 1996.

9. Цицерон М.Т. Три трактати про ораторське мистецтво (фрагменти). http://lib-net.com/content/10236_Mark_Tylliii_Ciceron_Tri_traktati_pro_oratorske_mistectvo_fragmenti.html
10. Андрєєва Г.М. Психологія соціального пізнання. 2-е изд. К, 2004.
11. Афанасьєв І. Діловий етикет. К.: Альтерпрес, 2008.
12. Бебик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент / В. М. Бебик. К.: МАУП, 1996.
13. Демченко С. Міф та символ у рекламі та паблік ри- лейшнз // Біблія і культура: Зб. наук. статей. Вип. 5 / За ред. А. Є. Нямцу. Чернівці: Рута, 2003
14. Зусін В. Я. Етика і етикет ділового спілкування: Навч. посіб.: 2-ге вид., перероб. і доп.К.: Центр навч. літератури, 2005.
15. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: монографія / В. О. Корнієнко, С. Г. Денисюк. Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009.
16. Почепцов Г. Г. Сучасні інформаційні війни. К.:Києво-Могилянська академія.2015
17. Почепцов Г. Теорія комунікації. К., 1996. http://socium.ge/downloads/komunikaciisteoria/pochepcov%20teoria%20komunikacii.pdf
18. Почепцов Г.Г. Від покемонів до гібридних війн. Нові комунікативні технології XXI століття. К.:Києво-Могилянська академія.2017
19. Почепцов Г. Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дії. Vivat. 2021
20. Приходченко Я.В. Іміджелогія. Донецьк: ДонНУЕТ, 2011.
21. Рюс Ж. Поступ сучасних ідей. Панорама новітньої науки. К., 1998. http://izbornyk.org.ua/jruss/russ.htm
22. Сагач Г. Золотослів. Хрестоматія з риторики. Част. II. Київ, 1998 http://pdf.lib.vntu.edu.ua/books/Sahach_2000_568.pdf
23. Сагач Г. Золотослів. Хрестоматія з риторики. Част. II. Київ, 1998. https://shron1.chtyvo.org.ua/Sahach_Halyna/Rytoryka.pdf?
24. Семченко О. Іміджева політика України. К., 2014.
25. Сковорода Григорій. Розмова п'яти подорожніх про істинне щастя в житті Львів, 1995. http://sites.utoronto.ca/elul/Skovoroda/Rozmova5.pdf
26. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління / І. Ю. Слісаренко. К., 2001.
27. Струзік З. Виховна програма на основі цінностей за вченням Івана Павла II. Інститут Папи Римського Івана Павла II Варшава 2022. https://ipjp2.pl/pliki/2022-ipjp2-ks-zdzislaw-struzik-program-wychowawczy-oparty-na-wartosciach-jezyk-ukrainski.pdf
28. Імідж ВНЗ на порозі XXI століття / За ред. І. Єрмакова. К, 2005
29. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. Бебика. К., 2008.
30. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання. К.: Університет «Україна», 2008.
31. Палеха Ю. І. Іміджологія / Ю. І. Палеха. К.2004.
32. Бондаренко І. С. Іміджологія в системі гуманітарних знань: соціальнокомунікаційний підхід // Держава та регіони. 2019. Вип. 2 (66). С. 92–95.
33. Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.К., 2008.

	34. Сучасний виборчий PR: навчальний посібник / В. В. Лісничий, В. О. Грищенко, В. М. Іванов та ін. К. , 2004. 35. Стоян Т. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена: Навчальний посібник/ Тетяна Стоян, М-во освіти і науки України, Київ. економ. ін-т менеджм. К., 2004. 36. Тимошенко Н. Корпоративна культура: Діловий етикет: Навч. посібник. К.: 2006. 37. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління: Посібник. К.: 2003. С.543-550. 38. Палеха Ю. Ділова етика: учбовий посібник/ Юрій Палеха, Європейський ун-т фінансів, інформ. систем, менеджм. і бізнесу. К, 2000. 39. Культурологія: енциклопедичний словник / М-во освіти і науки України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; за ред. В. П. Мельника. Львів: Вид-во ЛНУ, 2013. 40. Bruce B. Images of power. How the image makers shape our leaders. London, 1992. 41. Military propaganda. Psychological Warfare and Opeta% tions. Ed. By R. D. Mc Laurin. New York, 1982. http://www.marketing.cfin.ru/read/m8/5.htm. 42. Kire Sharlamanov, Aleksandar Jovanoski. (2014) The Role of Image in the Political Campaigns International Journal of Scientific & Engineering Research, Volume 5, Issue 6, June-599-603 p 43. Balmas, M. (2017). Bad news: The changing coverage of national leaders in foreign media of Western democracies. Mass Communication and Society, 20(5), 663–685 p. 44. Balmas, M. (2018). Tell me who is your leader, and I will tell you who you are: Foreign leaders' perceived personality and public attitudes toward their countries and citizenry. American Journal of Political Science, 62(2), 499–514 p. 45. Diana Ingenhoff, Susanne Kleina (2018) Political Leader's Image in Public Diplomacy and Nation Branding: The Impact of Competence, Charisma, Integrity, and Gender International Journal of Communication.
Обсяг курсу	120 год. 64 годин аудиторних занять. З них 32 годин лекцій, 32 години семінарсько-практичних занять та 56 години самостійної роботи
Ключові слова	Імідж, іміджмейкерство, імідж-технологій.
Формат курсу	Очний
	Проведення лекцій, семінарських занять, індивідуальних завдань, консультацій для кращого розуміння тем
Теми	Схема курсу додана в кінці силабусу у вигляді таблиці.
Підсумковий контроль, форма	злік в кінці семестру

Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з культурології, етики, ділового етикету, які є основою для всебічного аналізу іміджології
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Проведення лекцій, практичних занять, тренінги, тести, консультації для осмислення та розуміння виокремлених проблем
Необхідне обладнання	Мультимедійний проектор, комп'ютер, дошка, крейда, папір, маркери.
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)	Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співідношенням: **Виступ на семінарському занятті** оцінюється викладачем на основі таких критеріїв: • Відповідність винесеному на обговорення питанню; • Чітке і логічне викладення матеріалу, яке демонструє знання основної та додаткової літератури; • Наявність власної позиції в розумінні обговорюваної проблеми та вміння її обґрунтувати. Виступ оцінюється за 5-бальною шкалою. **Рецензування виступу.** Критерієм оцінки цієї форми роботи є вміння критично оцінювати виступ та коректно й аргументовано висловлювати власні погляди. Цей вид роботи оцінюється в 3 бали **Запитання до виступу.** В 1 бал оцінюються запитання, які демонструють знання студентом винесеної на обговорення проблеми, його здатність побачити неповноту, суперечливість у виступі або відкрити нові аспекти теми. **Підготовка рефератів (есеїв).** Реферат, який подається у друкованому вигляді на листах формату А4 обсягом 10–12 сторінок, повинен відповідати таким вимогам: • Мати чіткий план викладу. • Сформульовані автором тези мають належним чином аргументуватись та завершуватись висновками. • В рефераті наводиться список використаних джерел та літератури. Реферат оцінюється за 10-бальною шкалою. Реферати, які є передруком текстів з Інтернету або підручників та наукових видань, не зараховуються. Максимальна кількість балів, які набираються протягом семестру – 50, мінімальна – 26. **Академічна доброчесність**: Роботи студентів мають бути оригінальними дослідженнями з відповідними посиланнями на використані джерела. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її не зарахуванння, незалежно від масштабів плагіату чи обману. **Література.** яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. **Підсумкова форма контролю – залік** Критерії виставлення заліку: • Знання теоретичного матеріалу

	• Аналіз джерел, розкриття основних категорій і понять, • Вміння пов'язати теоретичні проблеми з духовно-практичною діяльностю людини та сучасними реаліями Максимальна кількість підсумкових балів на с/з – 50. Підсумкова максимальна кількість балів 100, мінімальна – 52.
Питання до заліку(чи питання на контрольні роботи)	1. Теоретичні й технологічні завдання іміджології. 2. Іміджологія в структурі професійної освіти. 3. Іміджмейкинг як область ділової комунікації. 4. Поняття «іміджева комунікація». 5. Імідж як системно-символічний артефакт. 6. Психологічна теорія іміджу. 7. Імідж як соціальний конструкт. 8. Інформаційно-комунікативна природа іміджу. 9. Іміджмейкер як професія й покликання. 10.Типологія іміджу. 11.Особистий імідж. 12.Персональний імідж. 13.Об'єктний імідж. 14.Груповий імідж. 15.Позитивний і негативний імідж. 16.Гендерні визначення іміджу. 17.Корпоративний імідж і репутація. 18.Паравербальні іміджові характеристики особистості. 19.Імідж у структурі сучасної інформаційної реальності. 20.Український ринок іміджових послуг. 21.Технології розробки й впровадження іміджевого проекту. 22.Феномен «агресивності» іміджу. 23.Маніпулятивна природа іміджевої комунікації. 24.Імідж політичного лідера.

	25.Імідж бізнесу. 26.Імідж країни. 27.Феномен іміджу в історії й культурі. 28.Основні етапи побудови іміджу. 29.Основні види іміджформуючої інформації. 30.Типи сучасних іміджів. 31.Елементи особистісного іміджу. 32.Вербальний імідж і невербальний імідж. 33.Поняття іміджу й репутації фірми. 34.Способи формування й елементи фірмового стилю. 35.Технології створення ділового іміджу. 36.Імідж у політика: ілюзії й реальність. 37.Основні елементи іміджу політика. 38.Стратегії позиціювання при побудові іміджу політичного лідера. 39.Імідж у дипломатії й державному управлінні. 40.Імідж у міжнародних відносинах. 41.Провідні прийоми створення іміджефекту. 42.Методи реклами й ПР у технологіях побудови іміджу. 43.ЗМІ і формування іміджу організації. 44.Позиціювання як основна стратегія побудови іміджу. 45.Міфи й символи в іміджології. 47.Види інформації й канали її поширення, істотні для побудови іміджу. 48.Основні принципи й етапи формування іміджу. 49.Сучасні технології створення іміджу. 50.Проблеми управління масовою свідомістю й поведінкою у роботі іміджмейкера. 51.Психологія перетворення інформації в думку. 52.Стихійне й цілеспрямоване формування іміджу. 53.Професійна етика іміджмейкера й проблеми, пов'язані з її порушенням. 54.Іміджмейкер як суб'єкт ділової комунікації. 55.Цільове управління мотивацією поведінки аудиторії іміджу в заданому напрямку, як сутність професії іміджмейкера. 56.Комплексний характер і основні напрямки діяльності іміджмейкера. 57.Функції іміджмейкера: планування, організація, мотивація, контроль, координація, реалізація. 58.Імідж України як її символічний капітал на світовій арені. 59.Міжкультурні інтерпретації іміджу України в історичному й сучасному контексті.

	60.Іміджові процеси євроінтеграції України.
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.

2

семестр

Тиж. / дата / год.-	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)* *лекція, самостійна, дискусія,	Література.*** Ресурси в інтернеті	Завдання	Завдання для самостійного опрацювання *
1 тиждень	Вступ. Іміджологія як міждисциплінарна галузь знань. Предмет, об'єкт і завдання науки	Лекція	Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. Бебика. К.: Університет «Україна», 2008.	Становлення іміджології як науки. Зв'язок іміджології та паблік рілейшнз. Теоретичні та прикладні моделі масової комунікації. Підгот. до сем.зан. термінологічний аналіз категорій понять: джерел із запропонованої тематики:	Явище імідж та його соціально-психологічна природа
2 тиждень	Еволюція концепцій іміджології. Поняття іміджу, його види та функції. Іміджологія: мета, завдання курсу.	Семінар	Бондаренко І. С. Іміджологія в системі гуманітарних знань: соціальнокомунікаційний підхід // Держава та регіони. 2019. Вип. 2 (66). С. 92–95.	Доповіді та обговор проблем реферати рецензії	Індивідуальне завдання: Визначення харак-х особливостей особи за схемою.
3 тиждень	Імідж як предмет та об'єкт вивчення.	Лекція		наукові погляди прихильників інтегрованої концепція іміджології. Іміджологія як теорія природних ієрархій.	

4 тиждень	Поняття та сутність іміджу. Форми і функції іміджу. Завдання та функції іміджу в сучасному суспільстві. Імідж у соціокультурному контексті.	Семінар		Підгот. до сем.зан. Аналіз джерел Виступи реферати рецензії	Формування й основні підвалини побудови іміджу
5 тиждень	Поняття іміджу, його види та функції	Лекція	Палеха Ю. І. Іміджологія / Ю. І. Палеха. К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2004.	Завдання та функції іміджу в сучасному суспільстві. Імідж у соціокультурному контексті.	
6 тиждень	Особові вчинки що впливають на формування іміджу	Семінар	Приходченко Я.В. Іміджологія. Донецьк: ДонНУЕТ, .	Психологічні складові формування індивідуального іміджу, його символіка	Ідеологічні засади та етапи формування іміджу
7 тиждень	Індивідуальний імідж	Лекція	Імідж ВНЗ на порозі XXI століття / За ред. І. Єрмакова. К, 2005	Специфіка особистого іміджу в політиці, бізнесі і шоубізнесі. Структура особистого іміджу і засоби його аналізу.	Особові вчинки що впливають на формування іміджу
8 тиждень	Діловий етикет у побудові іміджу	Семінар	Д'Алессандро Дэвид Карьерные войны. 10 правил построения успешного личного бренда. 2004.	Опрацюв-я джерел, Обговор-я проблем: свобода і відповідальність; свобода і рівність	Міф, який впливає на створення власного іміджу
9 тиждень	Стратегія і тактика побудови іміджу організації	Лекція	Стоян Т. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки		

			бізнесмена: Навчальний посібник/ Тетяна Стоян, М-во освіти і науки України, Київ. економ. ін-т менеджм. К.: Центр навчальної літератури, 2004. .		
10 тиждень	Індивідуальний імідж	Семінар	Андреева Г.М. Психологія соціального пізнання. 2-е изд. К, 2004.	Обгов-я за круглим столом «Архетипи, стереотипи, прототипи – явища масової свідомості, що впливають на сприйняття. »	Мій власний імідж: реалії та перспективи.
11тиждень	Феномен лідерства та харизма особистісного іміджу	Лекція		Позитивний та негативний імідж.	
12 тиждень	Імідж лідера. Коучинг	Семінар	Палеха Ю. І. Іміджологія / Ю. І. Палеха. К. : 2004.	Феномен лідерства. Основні чинники харизми. Найбільш значущі для оточуючих якості особистості.	Формування іміджу бізнесу після епідемії COVID-19
13 тиждень	Особистість та її роль в управлінні. Поняття і типологія лідерства в управлінському процесі.	Лекція	Kire Sharlamanov, Aleksandar Jovanoski. (2014) The Role of Image in the Political Campaigns International Journal of Scientific & Engineering Research, Volume 5, Issue 6, June-599-603 p	За Етикометрією В. Шепель спробуйте дати відповіді на такі питання: • Мої базові моральні цінності які «заклали» у мене моя сім'я. • Я постійно з позиції етики себе виховую? • Скільки добрих слів я можу написати про своїх батьків?	

14 тиждень	Культурологічний імідж	Семінар	Тимошенко Н. Корпоративна культура: Діловий етикет: Навч. посібник. К.: 2006.	Охарактеризувати методи, тактики, стратегії формування іміджу для культури після епідемії COVID-Продумайте іміджевий сценарій та макети іміджевих проектів.	Есе «Імідж культуролога»
15 тиждень	Зовнішній вигляд у структурі іміджу особистості	Лекція	Diana Ingenhoff, Susanne Kleina (2018) Political Leader's Image in Public Diplomacy and Nation Branding: The Impact of Competence, Charisma, Integrity, and Gender International Journal of Communication 12 4507–4532 p.	Визначити природні та соціально психологічні складові власного іміджу. Завдання: охарактеризуйте свій образ згідно зі структурою особистісного іміджу. Обговорення **:** Індивідуальний стиль: «Мода приходить і зникає, а стиль залишається завжди», — стверджувала Коко Шанель	Запропоновано такі теми робіт:. Моя професія: особливості створення ділового іміджу офіс менеджера
16 тиждень	Імідж держави	Семінар	Balmas, M. (2018). Tell me who is your leader, and I will tell you who you are: Foreign leaders' perceived personality and public attitudes toward their countries and citizenry. American Journal of Political Science, 62(2), 499–514 p.	Проаналізуйте історичні аспекти виникнення іміджу держави.	Методи впливу на громадськість: вербальні та невербальні комунікації