

ТЕМИ І ПЛАНИ ЛЕКЦІЙ

МОДУЛЬ 1. ІМІДЖОЛОГІЯ ЯК НАУКА ТА НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

ТЕМА 1.1. ПРЕДМЕТ ІМІДЖОЛОГІЇ ТА ЇЇ ОБ'ЄКТИ

План

1. Імідж як предмет та об'єкт вивчення.
2. Мета та завдання курсу «Іміджологія». Поняття та сутність іміджу. Форми і функції іміджу.
3. Імідж у структурі символічного світу. Цілі і функції іміджу в сучасному суспільстві.
4. Імідж у різноманітних соціокультурних контекстах.
5. Перехід від іміджу до міфу, процеси зіткнення міфів. Об'єкти іміджології.

Література: 7, 8, 12, 15, 51.

ТЕМА 1.2. ІМІДЖОЛОГІЯ ЯК МІЖДИСЦИПЛІНАРНА ГАЛУЗЬ ЗНАННЯ ТА ЇЇ СТАНОВЛЕННЯ

План

1. Місце категорії «імідж» у міждисциплінарному науковому дискурсі.
2. Галузі знання різноманітних аспектів формування функціонування іміджу: PR, соціологія, соціальна психологія, теорії комунікації, конфліктологія, маркетинг, політологія, менеджмент, риторика.

Література: 2, 7, 8, 12, 15, 16, 22, 25, 51, 54, 56.

ТЕМА 1.3. ІМІДЖЕВІ ТИПИ І СТРАТЕГІЇ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ

План

1. Типи іміджів.
2. Специфіка індивідуального й організаційного іміджу.
3. Поняття іміджевої стратегії. Можливі підстави класифікації іміджевих стратегій.
4. Типи публічних іміджів.

Література: 1, 2, 7, 8, 12, 15, 16, 22, 25, 51, 54, 57, 59.

ТЕМА 1.4. ІНСТРУМЕНТАРІЙ ІМІДЖОЛОГІЇ

План

1. Поняття інструментарію в іміджології та специфіка його використання.
2. Основні інструменти: позиціювання, маніпулювання, міфологізація.

3. Головні прийоми формування іміджу: емоціоналізація, акцентування інформації, заміна цілей, подача суперечливих сигналів, метафоризація, контекстне введення знаків.
4. Оцінка ефективності іміджевого впливу за допомогою опитування суспільної думки.
5. Нейролінгвістичне програмування: основні принципи і межі застосування методу.

Література: 1, 2, 4, 7, 8, 10, 12, 13, 15, 16, 22, 25, 51, 54, 57, 59, 60.

МОДУЛЬ 2. ЗАСТОСУВАННЯ ІМІДЖОЛОГІЧНИХ ЗНАНЬ У СУСПІЛЬНІЙ ПРАКТИЦІ

ТЕМА 2.1. ПОЛІТИЧНИЙ ІМІДЖ

План

1. Специфіка формування і функціонування іміджу в політиці.
2. Іміджевий чинник у розвитку політичних процесів.
3. Імідж політика й імідж політичного інституту.
4. Поняття віртуалізації політичного процесу.
5. Політична реклама і політичний маркетинг.
6. Інформаційні війни у період передвиборних кампаній.

Література: 1, 2, 4, 7, 8, 10, 12, 13, 15, 16, 20, 24, 25, 51, 54, 57.

ТЕМА 2.2. ІМІДЖ ОРГАНІЗАЦІЙ. ІМІДЖ У БІЗНЕСІ

План

1. Особистий імідж бізнесмена та його роль в успішному розвитку бізнесу. Необхідні складові особистого іміджу в бізнесі.
2. Цінність символічного ресурсу в бізнесі.
3. Імідж фірми як найважливіший чинник успіху бізнесу. Стратегії формування і підтримки іміджу фірми.
4. Імідж організації і корпоративної політики.
5. Функції менеджера з PR, його місце у структурі організації.
6. Досвід і цінність формування іміджу організації на прикладі провідних корпорацій світового рівня.

Література: 2–5, 7, 8, 10, 12, 13, 15, 16, 20, 24, 25, 46, 52–54, 57.

*ТЕМА 2.3. ПОНЯТТЯ «ІМІДЖ ВОРОГА»,
ЦІЛІ Й ОСНОВНІ СХЕМИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ*

План

1. Поняття «образ ворога». Використання образу ворога у процесі мотивації на дію.
2. Символізація ворогів.
3. Механізми формування образу ворога на прикладі радянсько-американської холодної війни. Негативна реклама в сучасному світі.
4. Компрокат як основний інструмент формування негативного іміджу. Можливі маніпуляції з іміджем ворога.
5. Імідж ворога в політиці і бізнесі.
6. Аналіз негативних і позитивних сторін використання образу ворога.

Література: 1, 7, 8, 10, 12, 13, 15, 16, 20, 24–27.

ТЕМА 2.4. ПЕРСОНАЛЬНА ІМІДЖОЛОГІЯ

Лекція

1. Психологічний аспект формування особистого іміджу.
2. Символіка особистого іміджу. Специфіка особистого іміджу в мистецтві, культурі, бізнесі шоу-бізнесі. Структура особистого іміджу і засоби його аналізу.
3. Порівняльний аналіз особистого іміджу українських, російських і зарубіжних політиків.
4. Практика аналізу іміджу особистості.

Література: 1, 2, 4, 7, 8, 10, 12, 13–16, 20, 24, 25, 29, 30, 51, 54, 55, 59.

ТЕМИ І ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття №1

Предмет іміджології та її об'єкти

Мета: навчитися наводити приклади, на основі яких можна реалізувати функції іміджу.

План

1. Визначити цілі і функції іміджу в сучасному суспільстві.
2. Показати на прикладах, як саме реалізується та чи інша функція іміджу.

Література: 7, 8, 12, 15, 51.

Практичне заняття №2

Іміджологія як міждисциплінарна галузь знання та її становлення

Мета: навчитися розбирати на прикладах значення іміджу

План

На конкретних прикладах продемонструвати значення іміджу в різних сферах життя.

Література: 2, 7, 8, 12, 15, 16, 22, 25, 51, 54, 56.

Практичне заняття №3

Іміджеві типи і стратегії та їх класифікація

Мета: навчитися розбиратися у специфіці індивідуального іміджу на власному прикладі

План

Розкрити специфіку індивідуального іміджу на власному прикладі.

Література: 1, 2, 7, 8, 12, 15, 16, 22, 25, 51, 54, 57, 59.

Практичне заняття №4

Інструментарій іміджології

Мета: ознайомитися з інструментарієм іміджології на прикладах.

План

На конкретних прикладах проаналізувати використаний інструментарію іміджології.

Література: 1, 2, 4, 7, 8, 10, 12, 13, 15, 16, 22, 25, 51, 54, 57, 59, 60.

Практичне заняття №5

Політичний імідж

Мета: проаналізувати політичний імідж на конкретних прикладах

План

1. Описати імідж конкретного політика.
2. Навести приклади іміджу політичної партії.
3. Проаналізувати політичну рекламу як фактор виборів.

Література: 1, 2, 4, 7, 8, 10, 12, 13, 15, 16, 20, 24, 25, 51, 54, 57.

Практичне заняття №6

Імідж організацій. Імідж у бізнесі.

Мета: навчитися аналізувати імідж бізнесмена та імідж організацій на реальних прикладах.

План

Проаналізувати імідж бізнесмена і організації на конкретних прикладах.

Література: 2–5, 7, 8, 10, 12, 13, 15, 16, 20, 24, 25, 46, 52–54, 57.

Практичне заняття №7

Поняття «імідж ворога», цілі й основні схеми його формування

Мета: навчитися визначати і формувати «імідж ворога» на відомих прикладах.

План

1. Охарактеризувати «імідж ворога» на конкретних прикладах.
2. Визначити його недоліки та переваги.

Практичне заняття № 8

Персональна іміджологія

Мета: навчитися аналізувати власний імідж.

План

Зробити аналіз особистого іміджу на конкретному прикладі з порадами щодо його вдосконалення.

Література: 1, 2, 4, 7, 8, 10, 12, 13–16, 20, 24, 25, 29, 30, 51, 54, 55, 59.