

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

**СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**

*Сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT)*

**Кафедра психології**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Рішення вченої ради

10.11.2025

протокол № 14, п. 8

**ВВЕДЕНО В ДІЮ**

Наказ від 10.11.2025 № 205

**ПСИХОЛОГІЯ ІМІДЖУ /  
IMAGE PSYCHOLOGY  
**РОБОЧА ПРОГРАМА****

Ступінь вищої освіти	«магістр» /	«master»
Галузь знань	С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини /	Social sciences, Journalism, Information and International Relations
Спеціальність	С4 Психологія /	Psychology
Освітня програма	Психологія /	Psychology

Вінниця 2025

**Розробник:** Яцюк Марія, кандидат психологічних наук, доцент

**Гарант освітньо-професійної програми «Психологія»** – Чайка Ірина  
доктор філософії в галузі психології, доцент

Обговорено та схвалено:  
на засіданні кафедри права від 06.10.2025, протокол № 03;  
на засіданні вченої ради факультету економіки, менеджменту та права  
від 16.10.2025, протокол № 09.

**Рецензенти:**

Чайка Ірина, доктор філософії (PhD) в галузі психології, доцент  
кафедри психології ВТЕІ ДТЕУ

Маляр Олена, кандидат психологічних наук, доцент, КЗВО  
«Вінницька академія безперервної освіти».

Редактор: Фатєєва Т.  
Комп'ютерна верстка: Шуляк Н.

Підп. до друку 19.11.2025 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний  
Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 0,98.  
Обл.-вид. арк. 0,72. Тираж 2. Зам. № 572.

---

Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ  
21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25

## **I ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ:**

**Метою** вивчення освітнього компонента «Психологія іміджу» є формування у здобувачами вищої освіти фундаментальних знань, ключових понять і процесів із галузі іміджології; формування умінь і навичок психологічного аналізу іміджу; засвоєння критеріїв та технологій створення позитивного іміджу.

**Завдання курсу** закріплені у нормативно-правових документах Міністерства освіти і науки України. Зміст курсу передбачає не тільки засвоєння студентами наукових уявлень про закономірності формування та функціонування іміджу, а й оволодіння ефективними технологіями іміджмейкінгу.

**В результаті вивчення даного курсу здобувач повинен знати:**

- сутність предмету психології іміджу;
- теоретичні та прикладні завдання психології психології іміджу;
- ключові поняття, принципи та механізми формування іміджу та бренду.
- механізми та феномени першого враження;
- критерії іміджевої комунікації.
- етапи формування іміджу та механізми впливу
- загальні закономірності іміджмейкінгу;
- концепцію етичного іміджмейкінгу;
- види та функції особистісного іміджу;
- стратегії створення цілісного іміджу.
- феномен харизми в особистісному іміджі.
- технології та інструменти управління особистісним іміджем;
- етичні принципи професійної взаємодії практичного психолога;
- Public relations як інструмент стратегічного управління іміджем.

**В результаті вивчення даного курсу здобувач повинен уміти:**

- виділяти когнітивні ефекти в аналізі персональних іміджів.
- використовувати легітимні інструменти іміджології.
- аналізувати персональний імідж за допомогою технології SWOT-аналізу;
- працювати з програмами моделювання особистісного іміджу;
- впроваджувати стратегії ведення контенту для формування іміджу
- аналізувати імідж за Моделлю RACE (Research, Action, Communication, Evaluation).

Результатом вивчення освітнього компонента «Психологія іміджу» для освітньої програми «Психологія» є формування комплексу компетентностей:

**інтегральна компетентність:**

Здатність вирішувати складні завдання і проблеми у процесі навчання та професійної діяльності у галузі психології, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризується комплексністю та невизначеністю умов і вимог.

### **Загальні компетентності:**

ЗК3. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК4. Уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК7. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

### **Фахові компетентності:**

СК5. Здатність організовувати та реалізовувати просвітницьку та освітню діяльність для різних категорій населення у сфері психології.

СК6. Здатність ефективно взаємодіяти з колегами в моно- та мультидисциплінарних командах.

СК8. Здатність оцінювати межі власної фахової компетентності та підвищувати професійну кваліфікацію.

**Програмні результати навчання** з освітнього компонента «Психологія іміджу» полягають:

ПР7. Доступно і аргументовано представляти результати досліджень у писемній та усній формах, брати участь у фахових дискусіях.

ПР8. Оцінювати ступінь складності завдань діяльності та приймати рішення про звернення за допомогою або підвищення кваліфікації.

ПР10. Здійснювати аналітичний пошук відповідної до сформульованої проблеми наукової інформації та оцінювати її за критеріями адекватності.

**Міждисциплінарні зв'язки:** Вивчення даного освітнього компоненту базується на знаннях соціальної психології, психології спілкування та психології управління.

## Критерії оцінювання результатів навчання

Критерієм успішного проходження здобувачем вищої освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання освітнього компоненту. Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Критерії оцінювання результатів навчання

Рівні компетентності	За шкалою ДТЕУ	Критерії оцінювання
1	2	3
Високий (дослідницький)	90-100	Має обґрунтовані та всебічні знання з освітнього компонента, вміє узагальнювати та систематизувати набуті знання; самостійно знаходить джерела інформації та працює з ними; проводить власні дослідження, може використовувати набуті знання та вміння при розв'язанні задач.
Достатній (частково-пошуковий)	82-89	Володіє навчальним матеріалом, вміє зіставляти та узагальнювати, виявляє творчий інтерес до предмету, виконує завдання з повним поясненням та обґрунтуванням, але допускає незначні помилки; може усвідомити нові для нього факти, ідеї.
	75-81	Володіє визначеним програмою навчальним матеріалом; розв'язує завдання, передбачені програмою, з частковим поясненням.
Елементарний (репродуктивний)	69-74	Володіє навчальним матеріалом на репродуктивному рівні; може самостійно розв'язати та пояснити розв'язання завдання.
	60-68	Ознайомлений з навчальним матеріалом, відтворює його на репродуктивному рівні; виконує елементарні завдання за зразком або відомим алгоритмом.
Низький (фрагментарний)	35-59	Ознайомлений та відтворює навчальний матеріал на рівні окремих фактів та фрагментів матеріалу; під керівництвом НПП виконує елементарні завдання.
	1-34	Ознайомлений з навчальним матеріалом на рівні розпізнавання та відтворення окремих фактів.

Для очної (денна, вечірня) форми навчання поточна робота оцінюється в 100 балів, підсумковий контроль (екзамен) оцінюється в 100 балів.

До екзамену допускаються всі здобувачі вищої освіти, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів.

Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену.

Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компоненту, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені).

Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів заочної форми навчання оцінюється в 100 балів, відповідно до Положення про організацію освітнього процесу від 17.06.2024 № 08 (зі змінами від 25.11.2024, протокол №12).

Згідно з цим же Положенням здобувач вищої освіти, який не погоджується з оцінкою, отриманою під час підсумкового контролю, має право в день оголошення результатів звернутися із заявою на ім'я директора з проханням апеляційного перегляду оцінки.

**Обсяг освітнього компоненту в кредитах та його розподіл  
(тематичний план)**

Теми	Кількість годин			Форми контролю	Бальна оцінка	
	всього	з них				
		лекції	практ			СРС
Тема 1. Поняття іміджу та бренду	20	2	4	14	В, УД, РМГ, СУН	10
Тема 2. Імідж у системі комунікації	20	2	4	14	ТЕ, РПЗ, В, СУН	10
Тема 3. Динаміка формування іміджу та механізми впливу	20	2	4	14	ТЕ, УД, В, СУН	10
Тема 4. Іміджмейкерство та його особливості	20	2	4	14	В, РМГ, КТ, СУН	10
Тема 5. Формування особистісного іміджу та його структура	20	2	4	14	В, ТЕ, УД, РМГ, СУН	10
Тема 6. Технології та інструменти управління особистісним іміджем	20	2	4	14	В, ТЕ, УД, РМГ, СУН	10
Тема 7. Імідж практичного психолога	20	2	4	14	В, ТЕ, УД, РМГ, СУН	12
Тема 8. Імідж в системі PR.	20	2	4	14	РПЗ, РМГ, КТ, УД, СУН	12
Індивідуальне завдання	20			20	ІЗ	16
<b>Всього:</b>	<b>180/6</b>	<b>16</b>	<b>32</b>	<b>132</b>		<b>100</b>
<b><i>Підсумковий контроль – екзамен</i></b>						

**Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:**

В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал.

РПЗ – розв’язання практичних завдань – 2 бали.

УД – участь у дискусії – 2 бали.

КТ – комп’ютерне тестування – 1 бал.

Т – тестування – 1 бал.

РЗ – розв’язування задач – 2 бали.

ТЕ – твори-есе – 2 бали.

РМГ – робота в малих групах – 1 бал.

Д – доповідь – 2 бали.

П – презентація – 2 бали.

ІЗ – індивідуальні завдання – 16 балів (творчий проєкт / участь у наукових заходах).

СУН – система управління навчання MOODLE. Робота в системі дистанційної освіти MOODLE – 6 балів.

**Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.**

## **II ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **Тема 1. Поняття іміджу та бренду**

Психологія іміджу як наукова та прикладна дисципліна. Імідж як психологічний феномен. Взаємозв'язок ідентичності та іміджу. Типологія іміджу: індивідуальний, груповий, предметний, корпоративний, організаційний іміджі. Поліфункціональність іміджу. Принципи формування іміджу.

Співвідношення понять: імідж, репутація, публісیتی, корпоративна культура.

Поняття «бренд» і «особистісний брендинг». Методи та технології брендингу. Співвідношення понять: імідж, бренд, торгова марка, торговий знак.

*«Вихід крізь сувенірну лавку» (Exit Through the Gift Shop), США, 2010 р., реж. Бенксі.*

### **Тема 2. Імідж у системі комунікації**

Психологія першого враження у побудові комунікації. Механізми сприймання співрозмовників, атрибуції, ефекти першого враження (ореолу, первинності, новизни), рольова поведінка та соціальне бажання, невербальна комунікація. Феномен «привабливості» у психології спілкування. Характеристика іміджевої комунікації. Роль іміджу у діловому спілкуванні.

Психологічні особливості візуальної комунікації. Моделі візуальної комунікації. Візуальні коди у різних культурах.

### **Тема 3. Динаміка формування іміджу та механізми впливу**

Когнітивні основи сприйняття людини (ефект ореолу, первинності/новизни, ефект проєкції). Психологічні механізми впливу в процесі комунікації (теорія атрибуції і механізми суспільного впливу). Етапи формування іміджу. Фактори впливу на формування іміджу. Етапи ідентифікування з іміджем.

### **Тема 4. Іміджмейкерство та його особливості**

Поняття іміджмейкінгу. Етика іміджмейкінгу. Психологічні аспекти створення образу в іміджмейкерстві. Методи формування, реалізації, корегування іміджу. Легітимні інструменти іміджелогії: позиціонування, емоціоналізація, вербалізація, деталізація, акцентування інформації, метафоризація, візуалізація.

Опитування громадської думки. Створення наративу (історії).

## **Тема 5. Формування особистісного іміджу та його структура**

Особистісний імідж: види (за сферами прояву, ступенем наближення до реального «Я», за аудиторією) та функції (адаптаційна, комунікативна, ідентифікаційна). Структура особистісного іміджу: габітарний, кінетичний, вербальний, середовищний, ментальний іміджі. Стратегії створення цілісного іміджу. Створення індивідуального стилю. Феномен харизми в особистісному іміджі.

## **Тема 6. Технології та інструменти управління особистісним іміджем**

Діагностика та аналіз вихідної ситуації (Технологія SWOT-аналізу для іміджу). Планування: Аналіз вихідних даних (самоаналіз, аналіз цільової аудиторії, середовищний аналіз). Визначення цілей іміджу (стратегічні, тактичні). Розробка особистої іміджевої стратегії: концепція, вибір каналів комунікації, план дій. Реалізація плану іміджу: інструменти реалізації, моніторинг та корегування. Ключові технології вдосконалення компонентів іміджу. Моніторинг та корекція. Програми моделювання особистісного іміджу.

## **Тема 7. Імідж практичного психолога**

Етика як ключовий фактор іміджу практичного психолога. Довіра як основа терапевтичного альянсу. Етичні принципи та їх вплив на сприйняття клієнтів. Етичні дилеми. Структура іміджу практичного психолога: внутрішній компонент (особистісні якості, система цінностей); зовнішній компонент (візитна картка); середовищний компонент (простір довіри); поведінковий компонент (професійна поведінка та комунікація). Стратегії формування іміджу: експерт, провідник, мережевий професіонал. Стратегія управління репутацією.

## **Тема 8. Імідж в системі PR.**

Public relations як інструмент стратегічного управління іміджем. Базові стратегії впливу на імідж: позиціонування, піднесення іміджу, відновлення іміджу, відмежування (стратегія диференціації), контрзаходи. Модель RACE (Research, Action, Communication, Evaluation). «Чотиритактна» модель іміджевої кампанії. Цифровий імідж та особистісний брендинг в соціальних мережах. Стратегії ведення контенту для формування іміджу. Управління кризовими ситуаціями в інтернеті.

## Структура освітнього компоненту

Результати навчання	Навчальна діяльність	Робочий час здобувача, год.
1	2	3
<p><b>Розуміти:</b> сутність предмету психології іміджу; теоретичні та прикладні завдання психології психології іміджу.</p> <p><b>Розрізняти:</b> ключові поняття, принципи та механізми формування іміджу та бренду.</p>	<p><b>Тема 1. Поняття іміджу та бренду</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Психологія іміджу як наукова та прикладна дисципліна.</li> <li>2. Імідж як психологічний феномен.</li> <li>3. Взаємозв'язок ідентичності та іміджу.</li> <li>4. Типологія іміджу.</li> <li>5. Поліфункціональність іміджу.</li> </ol> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> Основні: 1, 2, 3. Додаткові: 1, 2, 5. Інтернет-ресурси: 1, 2, 3.</p>	2
	<p><b>Самостійна робота здобувачів:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сформувані Mind Map ключових понять психології іміджу.</li> <li>2. Психологічне есе на вибір до фільму «Вихід крізь сувенірну лавку»: «Хто вийшов крізь сувенірну лавку: Бенксі, Гетта чи мистецтво?»; «Містер Мозок (Mr. Brainwash) як дзеркало сучасного суспільства: чому ми купуємо пуроженчу?»; «Анонімність Бенксі як найголовніший його твір мистецтва».</li> </ol>	14
	<p><b>Практичне заняття 1.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття іміджу в соціальних науках.</li> <li>2. Співвідношення понять: імідж, репутація, паблісіті, корпоративна культура.</li> <li>3. Принципи формування іміджу.</li> <li>4. Аналіз механізмів конструювання, деконструкції та симуляції іміджу в сучасному мистецькому та медійному просторі за художнім фільмом «Вихід крізь сувенірну лавку» (Exit Through the Gift Shop), США, 2010 р., реж. Бенксі.</li> </ol>	2
	<p><b>Практичне заняття 2.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття «бренд» і «особистісний брендинг».</li> <li>2. Методи та технології брендингу.</li> <li>3. Співвідношення понять: імідж, бренд, торгова марка, торговий знак.</li> <li>4. Командна гра «Створення бренду з нуля для дивного психологічного продукту» (назва, ескіз логотипу, слоган, опис цільової аудиторії, коротка рекламна кампанія, презентація).</li> </ol>	2
<p><b>Аналізувати:</b> - механізми та феномени першого враження;</p>	<p><b>Тема 2. Імідж у системі комунікації</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Перше враження у комунікації.</li> <li>2. Механізми сприймання співрозмовників, атрибуції, ефекти першого враження, рольова поведінка та соціальне бажання, невербальна комунікація.</li> <li>3. Феномен «привабливості» у психології спілкування.</li> <li>4. Характеристика іміджевої комунікації.</li> </ol>	2

<p>- критерії іміджевої комунікації. <b>Розрізняти:</b> - психологічні особливості візуальної комунікації.</p>	<p><b>Рекомендовані джерела:</b> Основні: 1, 2, 3. Додаткові: 2, 3, 4. Інтернет-ресурси: 1, 3, 5, 6.</p>	
	<p><b>Самостійна робота здобувачів:</b> 1. Аналіз фільму Кшиштофа Кесльовського «Три кольори: синій» за темою: «Сила кадру: Як кольори та форми керують нашими емоціями». 2. Сформуйте інтелектуальну карту «Іміджу у системі комунікації».</p>	14
	<p><b>Практичне заняття 3.</b> 1. Механізми першого враження. 2. Феномен «привабливості» у психології спілкування. 3. Характеристика іміджевої комунікації. 4. Психологічна гра «Сліпий аукціон».</p>	2
	<p><b>Практичне заняття 4.</b> 1. Роль іміджу у діловому спілкуванні. 2. Психологічні особливості візуальної комунікації. 3. Порівняльний аналіз візуальних кодів у різних культурах: Японія, Аравія, Індія, Німеччина, Мексика).</p>	2
<p><b>Характеризувати:</b> - етапи формування іміджу та механізми впливу. <b>Виділяти</b> когнітивні ефекти в аналізі персональних іміджів.</p>	<p><b>Тема 3. Динаміка формування іміджу та механізми впливу</b> 1. Когнітивні основи сприйняття людини (ефект ореолу, первинності/новизни, ефект проекції). 2. Психологічні механізми впливу в процесі комунікації (теорія атрибуції і механізми суспільного впливу). 3. Етапи формування іміджу. 4. Фактори впливу на формування іміджу. 5. Етапи ідентифікування з іміджем. <b>Рекомендовані джерела:</b> Основні: 1, 5. Додаткові: 1, 5, 6. Інтернет-ресурси: 1, 2, 3, 4.</p>	2
	<p><b>Самостійна робота здобувачів</b> 1. Проаналізуйте та систематизуйте якісні методи дослідження когнітивних ефектів сприймання (ефект ореолу, первинності/новизни, ефект проекції). 2. Проаналізуйте біографію та трансформації іміджу популярної історичної особистості.</p>	14
	<p><b>Практичне заняття 5.</b> 1. Когнітивні основи сприйняття людини «Суд над першими враженнями» (аналіз ефектів та стереотипів). 2. Дискусія на тему: «Як суспільний вплив та атрибуції формують, а потім кардинально перелаштовують імідж публічної особистості (наприклад, Меган Маркл, герцогиня Сассекська)?»</p>	2
	<p><b>Практичне заняття 6.</b> 1. Етапи формування іміджу. 2. Фактори впливу на формування іміджу.</p>	2

	3. Робота у групах з аналізу біографій та трансформацій іміджу популярних осіб (Олександр Усик, Джамала, Сергій Жадан та ін.)	
<p><b>Розуміти:</b> - загальні закономірності іміджмейкінгу; - концепцію етичного іміджмейкінгу.</p> <p><b>Використовувати:</b> - легітимні інструменти іміджелогії.</p>	<p><b>Тема 4. Іміджмейкерство та його особливості</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття іміджмейкінгу.</li> <li>2. Етика іміджмейкінгу.</li> <li>3. Психологічні аспекти створення образу в іміджмейкерстві.</li> <li>4. Методи формування, реалізації, корегування іміджу.</li> <li>5. Легітимні інструменти іміджелогії: позиціювання, емоціоналізація, вербалізація, деталізація, акцентування інформації, метафоризація, візуалізація.</li> </ol> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> Основні: 1, 2, 3. Додаткові: 3, 4, 9, 10. Інтернет-ресурси: 1, 2, 3.</p>	2
	<p><b>Самостійна робота здобувачів</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сформувані Mind Map методи та інструменти іміджмейкінгу.</li> <li>2. Створіть «Мудборд настрою» майбутнього іміджу психолога.</li> </ol>	14
	<p><b>Практичне заняття 7.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методи формування, реалізації, корегування іміджу.</li> <li>2. Легітимні інструменти іміджелогії: позиціювання, емоціоналізація, вербалізація, деталізація, акцентування інформації, метафоризація, візуалізація.</li> <li>3. Використання принципу «Теорія → Аналіз → Практика» для опрацювання інструментів іміджмейкінгу: «Мій позиційний лист», «Палітра емоцій», «Глосарій героя», «Аудит деталей», «Таблиця акцентів», «Якби я був».</li> </ol>	2
	<p><b>Практичне заняття 8.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Опитування громадської думки.</li> <li>2. Створення нарративу (історії).</li> <li>3. Груповий аналіз сюжету фільму «Реклама для генія»/«Таємниці школи мистецтв» (<i>Art School Confidential</i>), 2006 р., реж. Т. Цвигофф</li> </ol>	2
<p><b>Аналізувати:</b> - види та функції особистісного іміджу; стратегії створення цілісного іміджу.</p> <p><b>Пояснювати:</b> - феномен харизми в особистісному іміджі.</p>	<p><b>Тема 5. Формування особистісного іміджу та його структура</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особистісний імідж: види та функції.</li> <li>2. Структура особистісного іміджу: габітарний, кінетичний, вербальний, середовищний, ментальний іміджі.</li> <li>3. Стратегії створення цілісного іміджу.</li> <li>4. Створення індивідуального стилю.</li> <li>5. Феномен харизми в особистісному іміджі.</li> </ol> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> Основні: 1, 2, 5. Додаткові: 1, 3, 6, 9. Інтернет-ресурси: 1, 2, 3.</p>	2

	<p><b>Самостійна робота здобувачів</b></p> <p>1. Проаналізуйте та охарактеризуйте імідж психологинь на вибір: Естер Перель, Брене Браун, Ненсі Мак-Вільямс.</p> <p>2. Виконайте відеоспостереження 2-3 записів інтерв'ю та проаналізуйте складові харизми популярної особистості.</p>	14
	<p><b>Практичне заняття 9.</b></p> <p>1. Особистісний імідж: види та функції.</p> <p>2. Структура особистісного іміджу: габітарний, кінетичний, вербальний, середовищний, ментальний іміджі.</p> <p>3. Проаналізувати та порівняти особистісні іміджі практичних психологів Спартака Субратова та Олексія Карпацького (Карпацький Talks).</p>	2
	<p><b>Практичне заняття 10.</b></p> <p>1. Стратегії створення цілісного іміджу.</p> <p>2. Створення індивідуального стилю.</p> <p>3. Феномен харизми в особистісному іміджі.</p> <p>4. Практичне завдання: «Архів стилю сучасних українських дизайнерів: від елементів до філософії»</p>	2
<p><b>Розуміти:</b> -технології та інструменти управління особистісним іміджем.</p> <p><b>Бути здатним:</b> -аналізувати персональний імідж за допомогою технології SWOT-аналізу; - працювати з програмами моделювання особистісного іміджу.</p>	<p><b>Тема 6. Технології та інструменти управління особистісним іміджем</b></p> <p>1. Діагностика та аналіз вихідної ситуації (Технологія SWOT-аналізу для іміджу).</p> <p>2. Ключові технології вдосконалення компонентів іміджу.</p> <p>3. Програми моделювання особистісного іміджу.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> Основні: 1,2, 3. Додаткові: 2, 8, 9. Інтернет-ресурси: 1, 2, 3, 4.</p>	2
	<p><b>Самостійна робота здобувачів</b></p> <p>1. SWOT-аналіз іміджу сучасного українського митця на вибір студента.</p> <p>2. Змоделювати резюме та сайт-візитку за допомогою програми онлайн-конструктора.</p>	14
	<p><b>Практичне заняття 11.</b></p> <p>1. Технологія SWOT-аналізу для іміджу.</p> <p>2. Психологічна гра SWOT-фортеця власного іміджу: Мозковий штурм «Артефакти». Стратегічний альянс. Презентація.</p>	2
	<p><b>Практичне заняття 12</b></p> <p>1. Програми моделювання особистісного іміджу.</p> <p>2. Програми для створення цифрового аватара та стилю.</p> <p>3. Програми для планування контенту та аналізу аудиторії (цифровий імідж).</p> <p>4. Програми для розвитку професійних навичок.</p>	2
<p><b>Усвідомлювати:</b> - етичні принципи</p>	<p><b>Тема 7. Імідж практичного психолога</b></p> <p>1. Етика як ключовий фактор іміджу практичного психолога.</p>	2

<p>професійної взаємодії практичного психолога;  <b>Розуміти:</b>  - структуру іміджу практичного психолога.</p>	<p>2. Структура іміджу практичного психолога: внутрішній компонент (особистісні якості, система цінностей); зовнішній компонент (візитна картка); середовищний компонент (простір довіри); поведінковий компонент (професійна поведінка та комунікація).  3. Стратегії формування іміджу: експерт, провідник, мережевий професіонал.  4. Стратегія управління репутацією.  <b>Рекомендовані джерела:</b>  Основні: 1, 5.  Додаткові: 4, 6, 8.  Інтернет-ресурси: 1, 2, 3, 4, 7.</p>	
	<p><b>Самостійна робота здобувачів</b>  1. Виконати порівняльний аналіз етичних професійних кодексів двох психотерапевтичних спільнот.  2. Проаналізувати цифровий імідж одного практичного психолога за вибором студента.</p>	14
	<p><b>Практичне заняття 13.</b>  1. Етичні принципи та їх вплив на сприйняття клієнтів.  2. Дискусія у форматі інтервізійної групи за етичними дилемами.</p>	2
	<p><b>Практичне заняття 14.</b>  1. Дослідження стратегій формування іміджу за допомогою психодіагностичного інструментарію.  2. Моделювати стратегію управління репутацією психологічним центром.</p>	2
<p><b>Розуміти:</b>  - Public relations як інструмент стратегічного управління іміджем.  <b>Аналізувати:</b>  - імідж за Моделлю RACE (Research, Action, Communication, Evaluation).  <b>Впроваджувати:</b>  - стратегії ведення контенту для формування іміджу</p>	<p><b>Тема 8. Імідж в системі PR.</b>  1. Public relations як інструмент стратегічного управління іміджем.  2. Базові стратегії впливу на імідж: позиціонування, піднесення іміджу, відновлення іміджу, відмежування (стратегія диференціації), контрзаходи.  3. Модель RACE (Research, Action, Communication, Evaluation). «Чотиритактна» модель іміджевої кампанії. Цифровий імідж та особистісний брендинг в соціальних мережах.  4. Стратегії ведення контенту для формування іміджу.  <b>Рекомендовані джерела:</b>  Основні: 1, 3.  Додаткові: 9, 10.  Інтернет-ресурси: 1, 2, 3, 7.</p>	2
	<p><b>Самостійна робота здобувачів</b>  1. Створити проект «PR-спеціаліст на годину: Стратегія порятунку репутації» за моделлю RACE.  2. Виконайте аудит 2 цифрових іміджів: ефективного та невдалого.</p>	14
	<p><b>Практичне заняття 15.</b>  1. Порівняльний аналіз базових стратегій впливу на імідж.  2. Ділова гра «Битва стратегій: зброя для іміджевої битви»</p>	2

	<p><b>Практичне заняття 16.</b></p> <p>1. Моделювання процесу планування повноцінної іміджевої кампанії за «чотиритактною» моделлю RACE (Research, Action, Communication, Evaluation).</p> <p>2. Групова дискусія за фільмом «Спасибі, що закурили» (Thank You for Smoking), 2005 р., реж. Дж. Райтман.</p>	2
<p><b>ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ:</b> Створити особистісний брендинг у соцмережі «Мій Digital Avatar: Стратегія особистісного брендингу».</p>		20
<p><b>РАЗОМ:</b></p>		180

### **ІІІ РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА:**

#### **Основні:**

1. Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. – К.: Університет «Україна», 2008.— 217 с.

[https://duikt.edu.ua/uploads/1\\_1776\\_66617386.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/1_1776_66617386.pdf)

2. Калениченко Р.А. Іміджологія: навч. посібник / Р.А. Калениченко, Є.О. Телебенева. – Київ: ЦП Компрінт, 2023. – 131 с.

<https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi81/0061719.pdf>

3. Повалій Т. Л. Іміджологія та брендинг у соціокультурній діяльності : навчальний посібник / Т. Л. Повалій, О.П.Бойко, О. О. Котенко. – Суми : Сумський державний університет, 2024. – 257 с.

<https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi79/0059509.pdf>

4. Чебикін О.Я. Психологічні особливості формування основ професійного іміджу: монографія / О.Я. Чебикін, О.О. Ковальова. – Одеса, 2009. – 223 с.

<http://dspace.pdpu.edu.ua/handle/123456789/1373>

5. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»]. – Запоріжжя : ЗНУ, 2016. – 111 с.

#### **Додаткові:**

1. Гаврилюк Р.Р. Імідж, репутація та впізнаваність бренду: репрезентативний аналіз понять «імідж» і «репутація». // Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернаського. Серія: Економіка і управління. Том 36 (75) – № 3 – 2025. – С. 8.

2. Варцаба Н.В. Комунікативні технології у процесі іміджмейкінгу та особливості їх застосування у сфері іміджу корпорацій. // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2018. – № 4. – С. 102-109.

3. Ільянова А.О. Імідж сучасного керівника: соціально-психологічний аналіз: монографія. Київ: Персонал, 2017. 294 с.

4. Малімон В.І. Комунікативні технології в публічному управлінні: навчально-методичні матеріали. – Івано-Франківськ, ІФОЦППК, 2018. – 51 с.

[https://nung.edu.ua/sites/default/files/2021-](https://nung.edu.ua/sites/default/files/2021-01/Малімон%20В%20І%20Комунікативні%20технології.pdf)

[01/Малімон%20В%20І%20Комунікативні%20технології.pdf](https://nung.edu.ua/sites/default/files/2021-01/Малімон%20В%20І%20Комунікативні%20технології.pdf)

5. Опалюк О.М., Вержиховська О.М., Михальська Ю.А. Сучасні комунікативні технології : Навчально-методичний посібник. – Кам'янець Подільський: СОПСР, 2021 – 203 с.

[http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/5602/Suchasni-](http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/5602/Suchasni-komunikativni-tekhnologii.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[komunikativni-tekhnologii.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/5602/Suchasni-komunikativni-tekhnologii.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

6. Пінчук Н. І. Позитивний імідж керівника освітньої організації: психологічна сутність та умови розвитку: спецкурс для слухачів очно-дистанційної форми навчання в системі післядиплом. пед. освіти / Н. І. Пінчук; НАПН України, Ун-т менедж. освіти. – К., 2014. – 48 с.

[http://umo.edu.ua/images/content/aspirantura/zabezp\\_discipl/Імідж\\_спецкурс.pdf](http://umo.edu.ua/images/content/aspirantura/zabezp_discipl/Імідж_спецкурс.pdf)

7. Туриніна О.Л. Психологія масової поведінки : навчальний посібник. – Київ: ДП «ВД «Персонал» – 2012, 136 с.

URL: <http://portal.iapm.edu.ua/portal/media/books/bc213dc8eb1a4d9fba642b28daabd8e7.pdf>.

8. Подопригора М.Г. Ділова етика : навч. посібн., 2012 – 116 с.

9. Хавкіна Л. М. Іміджелогія : навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» / Л. М. Хавкіна. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 64 с.

10. Петухова О. М., Степанчук С. О., Грущенко А. В. Расе-технологія при розробці імеджевої рекламної та pr-кампанії підприємства. // Ефективна економіка. 2021 – № 12.

URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9736> (дата звернення: 20.08.2025). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.12.18

### **Інтернет-ресурси**

1. Бібліотека психологічної літератури: <http://psylib.kiev.ua/>.
2. Українські підручники он-лайн: <http://pidruchniki.ws/>.
3. Психологічна бібліотека Псі-фактор: <http://psyfactor.org>.
4. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського <http://www.nbuv.gov.ua/>.
5. Наукова бібліотека національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова: <http://hklib.npu.edu.ua/>.
6. Портал професійних психологів України «У психолога»: <http://upsihologa.com.ua/>.
7. Logomak – універсальний онлайн-конструктор для створення професійних логотипів <https://logomak.com/uk/>