

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет філології

Кафедра журналістики

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ІМІДЖЕЛОГІЯ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА**

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Освітня програма Журналістика

Спеціальність С7 Журналістика

Галузь знань С «Соціальні науки, журналістика, інформація
та міжнародні відносини»

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 6 від 18 грудня 2025 р.

м. Івано-Франківськ - 2025

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Іміджелогія: теорія і практика
Викладач	Шотурма Наталія Володимирівна, кандидат політичних наук, доцент кафедри журналістики
Контактний телефон викладача	+380977695896
E-mail викладача	nataliia.shoturma@cnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС (90 годин)
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/47e258bbcd6d7665bccf
Консультації	Пн. 13.30-15.00

2. Анотація до навчальної дисципліни

Предметом навчальної дисципліни «Іміджелогія: теорія і практика» є вивчення закономірностей проектування, формування та управління персональним і корпоративним іміджем у медіапросторі, а також аналіз функціонування цифрових соціальних платформ як середовища для конструювання репутаційного капіталу в умовах глибокої платформізації медіа. Курс охоплює теоретичні засади та практичні аспекти image-making та personal branding у системі соціальних комунікацій. Особлива увага приділяється специфіці формування іміджу журналіста в умовах конвергентності, де професійні стандарти, формати самопрезентації та комунікаційні стратегії корелюють з алгоритмічною логікою, афродансами і монетизаційними механізмами сучасних соціальних платформ (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Telegram, X/Twitter, LinkedIn тощо). Дисципліна спрямована на розвиток у здобувачів навичок створення цілісного медіаобразу, управління кризовими комунікаціями на засадах толерантності та діалогу, а також використання інструментарію новітніх медій для ефективного просування медійного продукту та зміцнення довіри аудиторії.

3. Мета та цілі навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни є формування у майбутніх медіафахівців комплексу теоретичних знань та прикладних навичок щодо конструювання, впровадження та управління індивідуальним і корпоративним іміджем у сучасному конвергентному медіасередовищі. Курс спрямований на опанування технологій створення репутаційного капіталу журналіста, який відповідає алгоритмічній логіці цифрових платформ та етичним стандартам професійної діяльності.

Для досягнення мети передбачено виконання таких завдань:

- вивчити понятійно-категоріальний апарат іміджелогії та закономірності функціонування соціальних комунікацій як інститутів формування суспільної думки.
- опанувати специфіку *platform journalism*, навчивши студентів адаптувати комунікаційні стратегії під афроданси та монетизаційні механізми (Facebook, Instagram, TikTok, Telegram тощо).
- розвинути вміння використовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології та інструментарій фото- і відеовиробництва для візуалізації медіаобразу.
- навчити методів просування медійного продукту та стратегій виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності.
- сформувати здатність дотримуватися принципів академічної доброчесності та журналістської етики при побудові публічного іміджу в мережі.

- забезпечити підготовку професійного портфоліо та розробку власного бренд-буку журналіста як складника кваліфікаційного доробку.

4. Програмні компетентності та результати навчання

Програмні компетентності

ЗК 02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

СК 01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК 02. Здатність формувати інформаційний контент.

СК 05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

СК 07. Здатність застосовувати міжнародні журналістські стандарти, принципи журналістської етики, національні етичні норми, етикетні правила на різних етапах професійної діяльності.

Програмні результати навчання

ПР 01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.

ПР 05. Використовувати сучасні інформаційні і комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.

ПР 15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

ПР 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.

ПР 18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.

ПР 20. Застосовувати у практичній діяльності інформацію про сучасні напрями журналістики, її складники й понятійний апарат.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни - 90 год.	
Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	10 год.
семінарські заняття / практичні / лабораторні	20 год.
самостійна робота	60 год.

Ознаки навчальної дисципліни			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
4	С7 Журналістика	2	вбірковий

Тематика навчальної дисципліни			
Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Теоретико-методологічні засади іміджелогії в системі соціальних комунікацій.	2	4	12
Тема 2. Персональний брендинг журналіста в епоху платформізації медіа.	2	4	12
Тема 3. Візуальні та вербальні складники професійного іміджу.	2	4	12
Тема 4. Комунікаційні стратегії та управління репутацією у вебпросторі.	2	4	12
Тема 5. Етика, право та кризові комунікації в іміджмейкінгу.	2	4	12
Загальна	10	20	60

6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання навчальної дисципліни	Поточне тестування та самостійна робота - 55 балів. Контрольна робота – 15 балів. Реферат – 10 балів. Підсумкова письмова робота (залік) – 20 балів. Загальна кількість – 100 балів.			
	Оцінка в балах	Оцінка національній шкалі	Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за залік
	90-100	відмінно	A	зараховано
	80-89		B	
	70-79		C	
	60-69	задовільно	D	
	50-59		E	
26-49	незадовільно (з можливістю повторного складання)	FX	незараховано	

	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="539 174 746 304">1-25</td> <td data-bbox="754 174 1034 304">незадовільно (з обов'язковим повторним курсом)</td> <td data-bbox="1042 174 1198 304">F</td> <td data-bbox="1206 174 1418 304"></td> </tr> </table>	1-25	незадовільно (з обов'язковим повторним курсом)	F	
1-25	незадовільно (з обов'язковим повторним курсом)	F			
Вимоги до письмових робіт	<p>Письмовий контроль у вигляді модульної контрольної роботи, виконання індивідуальних завдань, реферату, тестування. Виконання письмової роботи передбачає:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) повторення здобувачами лекційного матеріалу та отриманих знань при підготовці та проведенні семінарських занять, самостійного опрацювання рекомендованої літератури з питань, що виносяться на модульний контроль; 2) написання письмової контрольної роботи є обов'язковим для виставлення підсумкової оцінки. У випадку, якщо студент не написав контрольну роботу, він вважається таким, що не виконав усіх видів робіт, що передбачаються з даної дисципліни. 				
Практичні заняття	<p>Відвідування та активна участь студентів у роботі практичних занять також є обов'язковою умовою успішного складання курсу. Пропонуються наступні форми роботи на заняттях: виступ, опонування, рецензія, участь у дискусії. На практичних заняттях оцінці підлягають: рівень знань, продемонстрований у виступах, активність при обговоренні питань, відповіді на питання експрес-контролю тощо.</p> <p>Критеріями оцінки при усних відповідях можуть бути: повнота розкриття питання; логіка викладення; впевненість та переконливість, культура мови; використання основної та додаткової літератури (монографій, навчальних посібників, журналів, інших періодичних видань тощо); аналітичність міркування, вміння роботи порівняння, висновки.</p> <p>Усна відповідь може бути доповнена наочними посібниками, зокрема, візуалізованою презентацією (обсягом 15-20 слайдів), зміст та використання якої оцінюється окремо. Вимоги до презентації по індивідуальній (самостійній) роботі: візуалізований характер, гармонійне поєднання зображень та тексту; всі елементи презентації мають бути підготовлені студентом самостійно, із дотриманням вимог академічної доброчесності.</p> <p>Робота на практичному занятті оцінюється за 5-бальною шкалою в залежності від повноти відповіді студента.</p>				
Умови допуску до підсумкового контролю	<p>Здобувач допускається до підсумкового контролю за умови повного виконання всіх видів роботи, передбачених програмою навчальної дисципліни. Належне виконання:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) змісту питань планів практичних занять. Для цього необхідно готувати конспекти практичних занять. Вітається якісна підготовка візуалізованих презентацій для відповідей; 2) індивідуальної роботи; 3) підсумкової контрольної роботи. 				

Підсумковий контроль	Форма контролю (залік) Форма здачі (комбінована).

7. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	<p>Політика курсу базується на гуманістичній освітній парадигмі, суть якої полягає у повазі до особистості студента, у праві й можливості майбутнього фахівця самостійно обирати спосіб засвоєння навчального матеріалу, використовувати нові методи, прийоми і засоби педагогічної діяльності; на навчанні у співробітництві, тобто спільній із викладачем діяльності; на плюралізмі як важливій основі розвитку інтелектуальних здібностей студентів, розвитку їхнього критичного мислення. Будь-які форми порушення академічної доброчесності не толеруються.</p> <p>Дотримання академічної доброчесності регулюється Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (http://surl.li/dhrfg) та Кодексом честі університету (http://surl.li/emmg1).</p> <p>Очікується, що роботи здобувачів вищої освіти будуть їх оригінальними міркуваннями. Спілкування з викладачами здійснюється під час консультаційних годин (або за попереднім погодженням із викладачем). Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та заліків заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв).</p> <p>Очікується, що роботи здобувачів вищої освіти будуть їх оригінальними міркуваннями.</p>
Відвідування занять	<p>Відвідування занять є важливою складовою навчання. Відвідування лекцій та практичних занять для студентів є обов'язковим. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.</p> <p>Пропуски практичних занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях.</p>
Неформальна освіта	<p>Можливе зарахування результатів неформальної освіти у відповідності з Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти: Положенням про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника (Редакція 3) (введено в дію наказом ректора № 672 від 24.11.2022 р.)</p> <p>Зараховуються як підсумковий контроль, результати онлайн курсів на платформах Coursera, Prometheus, які відповідають програмі навчальної дисципліни.</p>

8. Рекомендована література

Основна

1. Барна Н. В. Іміджологія : навч. посіб. для дистанц. навчання / за наук. ред. В. М. Бебика. Київ : Ун-т «Україна», 2007. 217 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/485900/>.
2. Бугрим В. В. Іміджологія / Іміджмейкінг : навчальний посібник. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2014. 250 с.
3. Дячук В. П. Іміджологія. Соціокультурний вимір : навч. посіб. Київ : Видавництво Ліра-К, 2017. 308 с. URL: https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3688/Diachuk_Imigologia.pdf.
4. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2004. 323 с.
5. Повалій Т. Л., Бойко О. П., Котенко О. О. Іміджологія та брендинг у соціокультурній діяльності : навчальний посібник. Суми : Сумський державний університет, 2024. 257 с. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi79/0059509.pdf>.
6. Хавкіна Л. М. Іміджологія : навчально-методичний посібник. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2013. 64 с.

Додаткова література

1. Barthes R. [Systeme de la mode. English] The Fashion System / transl. by M. Ward and R. Howard. URL: <https://www.are.na/block/4114619>.
2. Barthes R. The rhetoric of the image. *Evans, J. & Hall, S., Visual culture: the reader*. P. 33–40. URL: <https://skyecloud.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/12/2med443-the-rhetoric-of-the-image.pdf>.
3. Eco U. The Theory Of Semiotics. Indiana University Press. Internet Archive. URL: <https://archive.org/details/umbertoecotheoryofsemioticszlib.org/page/n3/mode/2up>.
4. Hoffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. Penguin Classics, 2022. 272 p. URL: https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf.
5. Işoraitè M. Brand Image Theoretical Aspects. *Integrated Journal of Business and Economics*. 2018. Vol. 2, No. 1. P. 116–122. URL: <https://ojs.ijbe-research.com/index.php/IJBE/article/view/64>.
6. Oppelt J. Personal Branding: Why It Matters. *The Branding Journal*. August, 2022. URL: <https://www.thebrandingjournal.com/2022/08/personal-branding/>.
7. What is Brand Image? – Meaning and its Concept. *Management Study Guide*. February 12, 2025. URL: <https://www.managementstudyguide.com/brand-image.htm>.
8. What Is Brand Image? With Importance, Examples and Tips. *Indeed Editorial Team / Indeed*. January 29, 2025. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/brand-image>.
9. Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2016. 320 с.
10. Гапоненко В. А., Рихлік В. А. Зв'язки з громадськістю : навч. посібник. Київ : КНЕУ, 2015. 238 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/78513838.pdf>.
11. Дячук В. П. Сутнісний підхід до розуміння поняття «імідж» з погляду політичного іміджмейкінгу. *Вісник КНУКіМ. Серія «Соціальні комунікації»*. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2013. Вип. 1. С. 27–32.
12. Препотенська М., Кайс-Красовська З. Риторика. 10 ключових тем плюс практикум : навч. посіб. 2-ге доповн. вид. Київ : Інтерсервіс, 2020. 296 с..
13. Сальнікова Л. С. Ділова репутація: як створити та зміцнити. Харків, 2019. 413с.

14. Станіславська К. І. Мистецькі форми сучасної видовищної культури : навч. посіб. Київ : Видавничий дім «Стилос», 2020. 208 с.

15. Улунова Г. Є. Культура професійного спілкування державних службовців: сутність, функціонально структурні особливості, психодіагностика : монографія. Суми : СумДУ, 2019. 414 с.

Наталія Шотурма,
доцент кафедри журналістики