

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



ОСОБЛИВОСТІ КУЛЬТУРИ ІМІДЖУ

спеціальність	не обмежено	обов'язковість дисципліни	вибіркова
освітня програма	не обмежено	факультет	управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	не обмежено	кафедра	торгівлі, готельно-ресторанної та митної справи

ВИКЛАДАЧ

Скриннік Вікторія Ігорівна



Вища освіта – спеціальність готельно-ресторанна справа

Науковий ступень - -

Вчене звання - -

Досвід роботи – більше 12 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

- авторка більше 25 методичних розробок;
- співавторка 5 тематичних публікацій;
- Член Асоціації індустрії гостинності України
- учасниця наукових і методичних конференцій.

телефон

0689740002

електронна пошта

v_fedak@ukr.net
farike85@gmail.com

дистанційна
підтримка

zoom

До викладання дисципліни долучені:-

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	формування у студентів розуміння ролі та значення іміджу та його впливу на формування цілісного уявлення про особливості позитивного та ефективного іміджу організації, що базується на теоретичних знаннях та практичних навичках самопрезентації у вербальному та невербальному спілкуванні
Формат	лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання, командна робота
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	- Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у процесі навчання і в господарській діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов (ІК) / індивідуальні завдання - Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК 03) / індивідуальні завдання - Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (ЗК 04) / індивідуальні завдання - Цінування та повага різноманітності та мультикультурності(ЗК 07) / індивідуальні завдання - Здатність працювати в команді (ЗК 09) / індивідуальні завдання, командна робота - Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності (СК 01) / індивідуальні завдання - Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу. (СК 12) / індивідуальні завдання - Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу (РН 12) / індивідуальні завдання
Обсяг і форми контролю	3 кредити ECTS (90 годин): 20 годин лекції, 10 годин лабораторно-практичні заняття; модульний контроль (3 модулі); підсумковий контроль – диференційований залік.
Вимоги викладача	вчасне виконання завдань, активність, командна робота, прояв зацікавленості слухача курсу
Умови зарахування	після засвоєння наступних компонентів: виконання індивідуального завдання у кожному модулі

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Модуль 1. Теоретико – методологічна база іміджелогії					
Лекція 1.	Імідж як феномен сучасного світу	Лабораторно-практичне заняття 1 (ЛПЗ 1)	Основні підходи до трактування іміджу. Характеристика типи іміджів та їх функції.	Самостійна робота	Індивідуальні завдання.
Лекція 2.	Іміджмейкерство та його особливості		Вербальний імідж. Невербальний імідж		
Лекція 3.	Соціально-психологічні передумови формування та функціонування іміджу.	ЛПЗ 2			
Лекція 4.	Вербальний імідж. Невербальний імідж				

Модуль 2. Прикладні аспекти іміджу					
Лекція 5.	Особистий імідж. Діловий імідж.	ЛПЗ 3	Способи створення та реалізації особистого іміджу	Самостійна робота	Індивідуальні завдання.
Лекція 6.	Селф-брендинг.				
Лекція 7.	Інструментарій іміджу	ЛПЗ 4	Основні засоби та функції реклами		
Лекція 8	Іміджева реклама та паблік рилейшинз в підприємствах				
Модуль 3. Імідж у соціальному просторі					
Лекція 9.	Побудова ефективного іміджу	ЛПЗ 5	Стратегія управління особистісним іміджем.	Самостійна робота	Індивідуальні завдання.
Лекція 10	Особливості створення ділового іміджу				

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література	1. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»] / І. Г. Шавкун, Я. С. Дибчинська. – Запоріжжя : ЗНУ, 2016. – 111 с 2. Бугрим В. В. Іміджологія/ Іміджмейкінг: навчальний посібник. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. – 250 с. 3. Пономаренко В. С. Управління іміджем підприємства: монографія / Пономаренко В. С. Ястремська О. О. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2012. – 240 с 4. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. Бебика. К.: Університет «Україна», 2008. 217 с	Методичне забезпечення	1. Одарченко Д.М., Скриннік В.І., Каленік К.В. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Особливості культури іміджу» для студентів 1 курсу всіх форм навчання – Харків: ДБТУ, 2022. – 60 с. 2. Одарченко Д.М., Скриннік В.І., Каленік К.В., «Особливості культури іміджу»: методичні рекомендації для самостійного вивчення дисципліни для студентів / уклад.: Д.М. Одарченко ,В.І. Скриннік, К.В. Каленік; Харків: ДБТУ, 2022. – 20 с.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (електронне посилання на положення)

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 50	50% від усередненої оцінки за модулі
		до 50	підсумкове тестування
Модульне оцінювання	100 бальна сумарна	до 50	відповіді на тестові питання
		до 20	усні відповіді на лабораторно-практичних заняттях
		до 30	результат засвоєння блоку самостійної роботи

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.

