

Міністерство освіти та науки України
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
імені адмірала Макарова
Навчально-науковий гуманітарний інститут
Кафедра соціально-гуманітарних дисциплін

Код РПНД 071844



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Program of the Discipline

ІМІДЖОЛОГІЯ ТА ІМІДЖМЕЙКІНГ
IMAGEOLOGY AND IMAGE MAKING

рівень вищої освіти	<u>перший (бакалаврський)</u>
тип дисципліни	<u>обов'язкова</u>
мова викладання	<u>українська</u>

Миколаїв – 2020 р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Іміджологія та іміджмейкінг» є нормативною навчальною дисципліною циклу професійної підготовки фахівців галузі знань 06 Журналістика спеціальності 061 Журналістика освіти програма Реклама і зв'язки з громадськістю.

«25» серпня 2020 року. 14 с.

Розробник: Філатова О.С., доктор філологічних наук, професор, професор кафедри соціально-гуманітарних дисциплін

Проект робочої програми навчальної дисципліни «ІМІДЖОЛОГІЯ ТА ІМІДЖМЕЙКІНГ» узгоджено з гарантом освітньої програми

Гарант освітньої програми «ІМІДЖОЛОГІЯ ТА ІМІДЖМЕЙКІНГ» Філатова О.С., доктор філологічних наук, професор, професор кафедри соціально-гуманітарних дисциплін



Філатова О.С.

Проект робочої програми навчальної дисципліни «ІМІДЖОЛОГІЯ ТА ІМІДЖМЕЙКІНГ» розглянуто на засіданні кафедри соціально-гуманітарних дисциплін
Протокол № 1 від «26» серпня 2020 р.

Завідувач кафедри



Трибулькевич К. Г.

Проект робочої програми навчальної дисципліни «ІМІДЖОЛОГІЯ ТА ІМІДЖМЕЙКІНГ» розглянуто Науково-методичною комісією Навчально-наукового гуманітарного інституту.
Протокол № 1 від «26» серпня 2020 р.

Голова



Бобіна О. В.

Проект робочої програми навчальної дисципліни «ІМІДЖОЛОГІЯ ТА ІМІДЖМЕЙКІНГ» погоджено з навчальним відділом

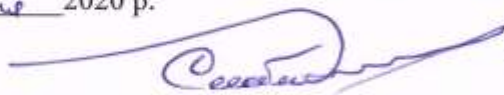
Начальник відділу



Лабарткава А. В.

Робоча програма навчальної дисципліни «ІМІДЖОЛОГІЯ ТА ІМІДЖМЕЙКІНГ» затверджено Науково-методичною радою НУК
Протокол № 6 від «27» серпня 2020 р.

Голова НМР НУК



Трушляков Є. І.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1. Опис навчальної дисципліни.....	5
2. Мета вивчення навчальної дисципліни.....	5
3. Передумови для вивчення дисципліни	5
4. Очікувані результати навчання.....	5
5. Програма навчальної дисципліни.....	6
6. Засоби діагностики результатів навчання та методів їх демонстрування	9
7. Форми поточного та підсумкового контролю	9
8. Критерії оцінювання результатів навчання	11
9. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна.....	12
10. Рекомендовані джерела інформації.....	12

ВСТУП

Анотація

Нормативна навчальна дисципліна «Іміджологія та іміджмейкінг» є обов'язковим компонентом циклу професійної підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 06 Журналістика спеціальності 061 Журналістика освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю». Дисципліна «Іміджологія та іміджмейкінг» вивчає проблему формування іміджу та технології її реалізації.

Мета навчальної дисципліни: формування у майбутніх фахівців системи теоретичних знань, умінь та навичок професійної роботи у сфері сучасної іміджології та іміджмейкінгу, вироблення професійних компетентностей, які розкривають практики створення іміджу: технологій та технік побудови іміджу (суб'єкта, товару, послуги, організації, населеного пункту, країни / нації тощо), створення іміджу в особистій та діловій сфері, здатність застосовувати іміджмейкінгові та піартехнології у професійній діяльності, самоіміджуванні, самопіарі тощо.

Ключові слова: імідж, іміджмейкер, «образ ворога», реклама, репутація.

Abstract

The normative discipline «Imageology and Image Making» is a mandatory component of the cycle of professional training of specialists of the first (bachelor's) level of higher education in the field of knowledge 06 Journalism, specialty 061 Journalism of the educational program «Advertising and Public Relations». The discipline «Imageology and Imagemaking» studies the problem of image formation and technology of its implementation.

The purpose of the discipline: the formation of future professionals system of theoretical knowledge, skills and abilities of professional work in modern imageology and image-making, development of professional competencies that reveal the practices of image creation: technologies and techniques of image building (subject, product, service, organization, settlement, country / nation, etc.), image creation in the personal and business spheres, ability to apply image-making and PR technologies in professional activity, self-image, self-publicity, etc.

Key words: image, image maker, «image of the enemy», advertising, reputation.

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність (освітня програма), освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 6	Галузь знань 06 Журналістика	Обов'язкова	
Модулів – 1		Рік підготовки	
Змістових модулів – 4		1-й	1-й
Електронний адрес РПНД на сайті Університету 071844	Спеціальність 061 Журналістика	Семестр	
		2-й	2-й
		Лекції	
Загальна кількість годин – 180	Освітня програма «Реклама і зв'язки з громадськістю»	15 год	6
		Практичні	
		45 год	10
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4; самостійної роботи студента – 8.	Освітній рівень: перший (бакалаврський)	Самостійна робота	
		120	164
		Вид контролю	
		залік	залік
		Форма контролю: комбінована	

2. Мета вивчення навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «ІМІДЖОЛОГІЯ ТА ІМІДЖМЕЙКІНГ» є формування у студентів відповідно до освітньо-професійної програми таких компетентностей:

- ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях
- ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним
- ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації
- ЗК07. Здатність працювати в команді
- ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою
- ФК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності
- ФК07. Здатність здійснювати планування; координацію робіт із проведення рекламних, PR-кампаній; планування рекламних / PR-заходів; медіапланування
- ФК08. Здатність формувати напрямки комунікації зі створення, зміцнення, репозиціонування, оновлення бренду чи рекламного продукту.

3. Передумови для вивчення дисципліни

Передумовами для вивчення дисципліни є: дисципліни «Журналістська майстерність», «Основи медіаграмотності», «Копірайтинг в рекламі і PR»

4. Очікувані результати навчання

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів таких результатів навчання:

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин									
	денна форма					Заочна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
		лек	пр	лаб	с.р.		Лек	пр	лаб	с.р.
1	2	3	4	5	7	8	9	10	11	12
Модуль 1. Іміджологія як наука та навчальна дисципліна. Технології та техніки побудови іміджу в різних соціальних контекстах										
Змістовий модуль 1. Теоретико-прикладні засади іміджології										

Тема 1. Предмет іміджології та її об'єкти.	15	2	2		11	15	2			13
Іміджологія як міждисциплінарна галузь знань										
Тема 2. Імідж як феномен сучасної культури. Типи іміджів	15	2	2		11	15				15
Тема 3. Специфіка індивідуального й організаційного іміджу. Типи публічних іміджів	15	2	2		11	15	2			13
<i>Разом за змістовим модулем 1</i>	45	6	6		33	45	4			41
Змістовий модуль 2. Іміджмейкінг: сутність, основні принципи										
Тема 4. Основні закономірності та алгоритм формування іміджу	15	2	2		11	15				15
Тема 5. Іміджеві стратегії та їх класифікація. Інструментарій іміджмейкінгу	15	2	3		10	15	2			13
<i>Разом за змістовим модулем 2</i>	30	4	5		21	30	2			28
Змістовий модуль 3. Персональна іміджологія										
Тема 6. Особистий імідж. Побудова ефективного іміджу	15	2	4		9	15				15
Тема 7. Технології формування особистого іміджу та техніки створення габітарного (зовнішнього) іміджу	15	1	4		10	15		2		13
<i>Разом за змістовим модулем 4</i>	30	3	8		19	30		2		28
Змістовий модуль 4. Іміджмейкінг у суспільній практиці										
Тема 8. Корпоративний імідж. Етика ділових відносин. Етикет ділових відносин	13	2	4		7	13		2		11
Тема 9. Імідж організації. Імідж у бізнесі	13		4		9	12		2		10
Тема 10. Технології формування політичного іміджу	12		4		8	12		2		10
Тема 11. Галузева специфіка побудови іміджу. Імідж керівника	13		6		7	13		2		11
Тема 12. Імідж країни, території, населеного пункту	12		4		8	13				13

Тема 13. «Імідж ворога», цілі та основні схеми його формування	12		4		8	12				12
<i>Разом за змістовим модулем 4</i>	75	2	26		47	75		8		67
Усього годин	105	5	34		66			10		
Разом за курсом	180	15	45		120	180	6	10		164

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Іміджологія як теорія природних ієрархій	2	
2	Імідж у структурі світу. Типи іміджів	2	
3	Інструменти іміджології, специфіка їх використання	2	
4	Іміджмейкінг. Алгоритм формування іміджу	2	
5	Іміджеві стратегії	3	
6	Персональна іміджологія	4	
7	Технології формування особистого іміджу	4	2
8	Імідж організації і корпоративної політики	4	2
9	Імідж у бізнесі. Імідж-технології у світських та ділових заходах	4	2
10	Політичний імідж	4	2
11	Імідж у рекламі. Імідж та його використання у зв'язках із громадськістю	4	2
12	Імідж керівника	2	
13	Імідж держави та нації. Імідж України в сучасній та історичній проекціях	2	
14	Імідж населеного пункту (міста, села, регіону)	2	
15	«Імідж ворога», маніпуляції з іміджем ворога	4	
Разом		45	10

Самостійна робота

Розподіл годин самостійної роботи для студентів денної форми навчання:

- підготовка до лекційних занять – 1-2 год. / 1 лекція;
- підготовка до практичних занять – 1-2 год./1 заняття;
- Написання текстів, аналіз проблемних ситуацій – 1-2 год./1 тема;
- Підготовка до контрольних робіт – 15-30 год на 1 роботу;
- Підготовка до підсумкової атестації – 10-30 год.

Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Вид роботи	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Підготовка до лекцій	15	12
2	Підготовка до практичних занять	45	20
3	Написання есе, аналіз проблемних ситуацій	30	82

4	Підготовка до контрольних робіт	15	30
5	Підготовка до підсумкової атестації	15	20
Разом		120	164

6. Засоби діагностики результатів навчання та методів їх демонстрування

- усні та письмові відповіді;
- презентації результатів виконаних завдань;
- контрольні роботи;
- залік, екзамен.

7.Форми поточного та підсумкового контролю

Досягнення студента оцінюються за 100-бальною системою Університету.

Підсумкова оцінка навчального курсу включає в себе оцінки з поточного контролю і оцінки заключного іспиту. У кожного компонента своя частка в загальній системі оцінок. У проміжних оцінках студент може набрати до 60 балів (від 60 балів до 100 балів у разі заліку). Під компонентом проміжних оцінок розуміються поточні оцінки протягом семестру (активність, участь в дискусіях; виконання завдань та інше).

Питома вага заключного іспиту в загальній системі оцінок - 40 балів. Право здавати заключний іспит дається студенту, якій з урахуванням максимальних балів проміжних оцінок і заключного іспиту набирає не менше 60 балів. Підсумкова оцінка навчального курсу є сумою проміжних оцінок і оцінки іспиту (за його наявності).

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на практичних заняттях та набутих практичних навичок під час виконання індивідуальних завдань.

Зарахування кредитів навчального курсу можливо тільки після досягнення результатів, запланованих РПНД, що виражається в одній з позитивних оцінок, передбачених чинним законодавством.

Форми контролю результатів навчальної діяльності студентів та їх оцінювання

Відповіді на практичних заняттях	Критерії оцінювання
3	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міждисциплінарні зв'язки, містить аргументовані висновки
2	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована
1	Відповідь має суттєві помилки, аргументи несформульовані, використовується невірна термінологія.
0	Студент не дає відповіді
<i>Максимальна оцінка студента за цей компонент програми: денна форма 66 балів (23 теми по 3 бали); заочна форма 15 балів (5 тем по 3 бали)</i>	

Виконання	Критерії оцінювання: денна форма
------------------	---

індивідуальних завдань	
4	Завдання виконано правильно, відповідь повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міждисциплінарні зв'язки, містить аргументовані висновки
3	Завдання виконано в цілому правильно, відповідь достатньо повна, логічна; допущені несуттєві помилки й неточності у викладенні матеріалу
2	Завдання виконано частково правильно, відповідь містить неточності, недостатньо обґрунтована
1	Завдання має суттєві помилки, аргументи несформульовані, неправильно використовуються терміни тощо
0	Студент не дає відповіді
<i>Максимальна оцінка студента за цей компонент програми: 24 бали (6 завдань по 4 бали)</i>	

Виконання індивідуальних завдань	Критерії оцінювання: заочна форма
5	Завдання виконано правильно, відповідь повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міждисциплінарні зв'язки, містить аргументовані висновки
4	Завдання виконано в цілому правильно, відповідь достатньо повна, логічна; допущені несуттєві помилки й неточності у викладенні матеріалу
3	Завдання виконано частково правильно, відповідь містить неточності, недостатньо обґрунтована
2	Завдання має суттєві помилки, аргументи несформульовані, неправильно використовуються терміни тощо
1	Завдання має значну кількість суттєвих помилок, не обґрунтовано
0	Студент не дає відповіді
<i>Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 45 балів (9 завдань по 5 балів)</i>	

Контрольна робота	Критерії оцінювання
9-10	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міждисциплінарні зв'язки, містить аргументовані висновки
7-8	Відповідь в цілому правильна, достатньо повна, логічна; допущені несуттєві помилки та неточності у викладенні матеріалу
5-6	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована
3-4	Відповідь має суттєві помилки, аргументи несформульовані, використовуються невірна термінологія
1-2	Відповідь містить значну кількість суттєвих помилок, не обґрунтована
0	Студент не дає відповіді
<i>Максимальна оцінка студента за цей компонент програми: денна форма 10 балів (одна контрольна робота по 10 балів); заочна форма 20 (2 контрольні роботи по 10 балів)</i>	

Залік	Критерії оцінювання
--------------	----------------------------

20-18	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міждисциплінарні зв'язки, містить аргументовані висновки
17-14	Відповідь в цілому правильна, достатньо повна, логічна; допущені несуттєві помилки та неточності у викладенні матеріалу
13-10	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована
9-5	Відповідь має суттєві помилки, аргументи несформульовані, використовується неправильна термінологія.
4-1	Відповідь містить значну кількість суттєвих помилок, не обґрунтована
0	Студент не дає відповіді
Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 20 балів	

Форма контролю	Максимальна кількість балів	
	Денна форма	Заочна форма
Контрольна робота	1x10 балів = 10 балів	2x10 балів = 20 балів
Залік		20 балів
Відповіді на практичних заняттях	22x3 бали = 66 балів	5x3 бали = 15 балів
Виконання індивідуальних завдань	6x4 бали=24 бали	9x5 балів = 45 балів
Всього	100	100

8.Критерії оцінювання результатів навчання

		Денне відділення		Заочне відділення	
		Вид роботи	Кількість балів	Вид роботи	Кількість балів
ЗМ1	Т1	Відповідь на практичному занятті	3	Виконання індивідуальних завдань	5
		Виконання індивідуальних завдань	4		
	T2	Відповідь на практичному занятті	3	Виконання індивідуальних завдань	5
	T3	Відповідь на практичному занятті	3	Виконання індивідуальних завдань	5
ЗМ2	T4	Відповідь на практичному занятті	3	Виконання індивідуальних завдань	5
	T5	Відповідь на практичному занятті	3	Виконання індивідуальних завдань	5
		Виконання індивідуальних завдань	4		
	T6	Відповідь на практичному занятті	2x3=6	Виконання індивідуальних завдань	5

ЗМЗ	Т7	Відповідь а на практичному занятті	2x3=6	Відповідь на практичному занятті	3
		Виконання індивідуальних завдань	4		
	Т8	Відповідь на практичному занятті	2x3=6	Відповідь на практичному занятті	3
		Виконання індивідуальних завдань	4		
ЗМ4	T9	Відповідь на практичному занятті	2x3=6	Відповідь на практичному занятті	3
	T10	Відповідь на практичному занятті	2x3=6	Відповідь на практичному занятті	3
	T11	Відповідь на практичному занятті	3x3=9	Відповідь на практичному занятті	3
		Виконання індивідуальних завдань	4	Виконання індивідуальних завдань	5
	T12	Відповідь на практичному занятті Виконання індивідуальних завдань	2x3=6 4	Виконання індивідуальних завдань	5
	T13	Відповідь на практичному занятті	2x3=6	Виконання індивідуальних завдань	5
				Контрольна робота	20
ПМК		Контрольна робота	10	Залік	20
Сума			100		100

9. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна:

- технічні засоби (кінофільми, радіо- і телепередачі, звуко- і відеозаписи та ін.);
- графічні засоби (малюнки, схеми, плакати);
- бібліотечні фонди (підручники і навчальні посібники, методичні рекомендації тощо);
- графічні засоби (малюнки, схеми, плакати);

10.Рекомендовані джерела інформації Основна література

1. Барна Н.В. Іміджологія: навч посіб. Для дистанційного навчання. Київ : Університет «Україна», 2008. 217 с.
2. Бугрим В.В. Іміджологія / Іміджмейкінг: навчальний посібник. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2014. 250 с.
3. Голошубова А.О. Іміджологія : навч. посіб. : для всіх спец. студ. вищ. навч. закл. Одеса : Вид-во ОНМУ, 2010. 80 с.
4. Квеско Р.Б., Квеско С.Б. Имиджелогия: учебное пособие. Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2008. 116 с. Режим доступа : http://window.edu.ru/resource/043/75043/files/Posobie_Imidgelogy.pdf

5. Палеха Ю. Етика ділових відносин: Навч. посіб. Київ : Кондор, 2007. Режим доступу : http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/KNIGI/KONDOR1/CD/ETUKA_DV.pdf
6. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Вид-во. Європ. ун-ту, 2005. 323 с.
7. Почепцов Г.Г. Имиджология. Киев : Ваклер; М. : Рефл-бук, 2006. 574 с.
8. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. Киев : ИМСО МО Украины, НВФ «Студцентр», 1998. 256 с.
9. Тимошенко. Н.Л. Корпоративна культура: діловий етикет: навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 391 с. Режим доступу: <https://westudents.com.ua/knigi/197-korporativna-kultura-dloviiy-etiket-timoshenko-nl.html>
10. Хавкіна Л. М. Іміджологія : навч.-метод. пос. для студентів зі спеціальності «Журналістика». Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 64 с.
11. Холод А.М. Основы имиджологии : Учебное пособие. Киев : ЕУФІМБ, 2001. 172 с.
12. Шеломенцев В.М. Етикет і сучасна культура спілкування. Київ : Лібра, 2003. 416 с.

Допоміжна література

1. Афанасьев І. Діловий етикет. Етика ділового спілкування: 3-є вид. перероб. та доп. Київ : Альтерпрес, 2003. 368 с.
2. Балабонова Л.В., Савельєва К.В. Паблік рілейшнз : Навч. посібник. Київ : ВД «Професіонал», 2008. 528 с.
3. Бебик В.М. Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматись на політичному олімпі (Соціопсихологія і технологія політичної боротьби). Київ : АБРИС, 1993. 128 с.
4. Грищенко О. Культура і влада. Теорія і практика культурної політики в сучасному світі. Київ : УЦКД, 2000. 228 с.
5. Джеймс Дж. Эффективный самомаркетинг: Искусство создания положительного образа. Москва : Информ.-издат. дом Филинь, 1998. 125 с.
6. Джи Б. Имидж фирмы: планирование, формирование, продвижение: Пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 2002. 224 с.
7. Дмитренко М.Й. Ділове спілкування: норми, принципи, стратегії: монографія. Черкаси: Брама-Україна, 2009. 120 с.
8. Дячук В.П. Іміджологія. Соціокультурний вимір : навч. пос. Київ : Ліра-К, 2017. 308 с.
9. Зарецкая Е.Н. Логика речи для менеджера. Москва : Финпресс, 1997. 352 с.
10. Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. Санкт-Петербург : Речь, 2005. 144 с.
11. Каранковська Т. Ігрові методи моделювання переговорного процесу. *Вісн. Львів. ун-ту. Сер. Міжнар. відносини*. 2006. Вип. 18. С. 241 – 246.
12. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. Режим доступу : <http://khatai.cls.az/front/files/libraries/13/books/975255568.pdf>
13. Колосовська І.І. Імідж місцевих державних адміністрацій в Україні: теоретико-прикладні засади формування : монографія. Львів : Нац. акад. держ. упр. при Президенті України, Львів. регіон. ін-т держ. Упр., 2010. 141 с.
14. Корнієнко В.О., Денисюк С.Г. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: Монографія. Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. 145 с.
15. Королько В.Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика. Підручник. Київ : Видавничий дім «Скарби», 2001. 400 с.
16. Лісничий В.В., Грищенко В.О. та ін. Сучасний виборчий PR : Навч. посібник. Сєвєродонецьк : ЄВРИКА, 2001. 480 с.

17. Моисеев В.А. Паблік рилейшнз – средство социальной коммуникации (Теория и практика). Киев : Дакор, 2002. 506 с.
18. Палеха Ю.І. Ділова етика: Навч.-метод. посібн.: 5-те вид., випр. і доповн. Ужгород : Європейський університет, 2004. 309 с.
19. Панкеев И.А. Энциклопедия этикета. Москва : Олмапресс, 1999. 480 с.
20. Пізнюк Л.В. Паблік рилейшнз : навч. посіб. Київ : Ун-т «Україна», 2005. 239 с.
21. Порфімович О. Л. Імідж і влада : Навч. посіб. Київ : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2007. 80 с.
22. Почепцов Г. Г. Имиджмейкер. Паблік рилейшнз для политиков и бизнесменов. Киев : Рекламное агенство Губерникова, 1995. 235 с.
23. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: Навч. посібник. 3-тє вид, випр. і доп. Київ : Т-во «Знання», КОО, 2006. 327 с.
24. Радченко С.Г. Етика бізнесу. Практикум : навч.посібник. Київ : КНТЕУ, 2009. 192 с.
25. Рюдигер М. Изысканный макияж : профессиональные советы для каждого типа лица / перевод с немецкого Т. А. Набатникова. Москва : Кристина и К, 1994. 125 с.
26. Спенсер К. Выбери свой стиль – для женщин. Москва : Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. 160 с.
27. Сороина (Петрова) Е.А., Сороина Н.А. (Коробцева). Язык одежды. Москва : АСТ, Феникс, 1998. 248 с.
28. Спиллейн М. Создайте свой имидж : Руководство для женщин : [Пер. с англ.]. Москва : Изд. фирма «ОЛМА-пресс», 1996. 147 с.
29. Стеблина Н.О. Етика у сфері соціальних комунікацій (професійні стандарти у журналістиці, рекламі та PR) : Навч.-метод. посібник. Львів : ПАІС, 2014. 228 с.
30. Холод О. М. Інмутація у масмедіа : Моногр. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Ін-т журналістики, 2006. 166 с.
31. Честара Дж. Деловой этикет : паблік рилейшнз : пер. с англ. Москва : Гранд ; Фаир, 1997. 336 с.
32. Шавкун І.Г., Дибчинська Я.С. Формування іміджу організації: навч. пос. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 111 с.

Інформаційні ресурси в інтернет

1. Бугрим В. В. Комунікативно-технологічні матриці побудови ефективного Іміджу. Режим доступу : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1970>
2. Електронні ресурси НБУВ. Режим доступу : www.nbuv.gov.ua
3. Мовчан П. Медіа-конструювання та громадська думка. Режим доступу : <http://veche.kiev.ua/journal/961/>
4. Імідж і репутація: сучасні тенденції і виклики: *Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 20–21 берез. 2020 р.* Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2020. 274 с. Режим доступу : <http://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2020/09/Image-and-reputation.pdf>
5. Кіца М. Критерії та ознаки патогенної реклами в українських ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. 2014. Вип. 13. С. 241 – 246. Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2014_13_35
6. «М'яка сила» України в регіоні: інструмент ефективної зовнішньої політики». Режим доступу : http://iwp.org.ua/ukr/soft_power/
7. Нагорняк Т. Бренди країн світу. Імідж українських регіонів у контексті розбудови бренду «Україна». *Освіта регіону: Український науковий журнал*. Режим доступу : <http://www.socialscience.com.ua/публікація/62>
8. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям. Режим доступу : <http://evartist.narod.ru/text9/17.htm>

Розробник програми

 О.С.Філатова