МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА»

Філософський факультет

Кафедра соціальної психології та психології розвитку

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПСИХОЛОГІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ІМІДЖМЕЙКІНГУ ТА ПІАРУ

Освітня програма «Психологія»

Спеціальність 053 «Психологія»

Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від “29” серпня 2019 р.

м. Івано-Франківськ - 2019

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Психологічні технології іміджмейкінгу та піару
Викладач (-і)	Гринчук О.І.
Контактний телефон викладача	+0380937797230
E-mail викладача	grynchuk0578@gmail.com
Формат дисципліни	
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 годин
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua
Консультації	Раз на місяць відповідно до графіка консультацій

2. Анотація до курсу

Курс “Психологічні технології іміджмейкінгу та піару” є комбінованим курсом з точки зору поєднання теорії та практики для розвитку цілісного сприйняття процесів формування іміджу, корекції та просування. В даному курсі ми поговоримо про основні технології та техніки іміджмейкінгу, познайомимось з персональним та діловим іміджем, особливостями його моделювання, навчимося формувати, корегувати імідж суб’єкта, оволодіємо компетентностями самоіджування та самопіару. Також, Ви матимете змогу здобути необхідні практичні компетентності щодо розробки персонального ділового іміджу, імідж-карти суб’єкта іміджування.

3. Мета та цілі курсу

Мета курсу – сформувати у студентів систему знань та професійних компетентностей в сфері іміджмейкінгу: технологій та технік побудови іміджу (суб’єкта, товару, послуги), створення іміджу в особистій та діловий сфері, здатність застосовувати іміджмейкінгові та піар технології у професійній діяльності.

Основне завдання курсу: розкриття основних принципів, механізмів, чинників, технологій та технік іміджмейкінгу, оволодіння структурою персонального іміджу, особливостями моделювання ділового іміджу суб’єкта, формування компетентностей побудови, корекції та просування іміджу, розроблення імідж-карти суб’єкта іміджування, формування компетентностей практичної діяльності психолога щодо застосування технологій та технік іміджмекінгу у сфері психології, професійній діяльності, самоіміджуванні й самопіарі.

4. Результати навчання (компетентності)

- здійснювати аналіз, узагальнення та прогнозування психічних явищ, ідентифікувати психологічні проблеми пов’язані з іміджем та піаром, пропонувати шляхи їх розв’язання;
- розробляти імідж-карту суб’єкта іміджування із застосуванням валідних і надійних психодіагностичних інструментів психологічного дослідження та технологій і технік психологічної допомоги;
- пропонувати власні способи вирішення психологічних задач і проблем у процесі професійної діяльності пов’язаних з іміджем клієнта, приймати та аргументувати власні рішення щодо їх розв’язання;
- здійснювати корекцію та просування іміджу суб’єкта у різних сферах професійної діяльності з урахуванням специфіки запиту та індивідуальних особливостей клієнта;

- здійснювати аналіз ефективності застосованих іміджевих та піар технологій, критично оцінювати достовірність результатів дослідження, рефлексивно оцінювати власні професійні можливості та досягнення;
- виявляти і вирішувати соціально-психологічні проблеми іміджу особистості у великих і малих групах;
- презентувати результати власних досліджень усно / письмово для фахівців і нефахівців щодо формування та просуванню іміджу у різних сферах професійної діяльності.

5. Організація навчання курсу

Обсяг курсу

Вид заняття	Загальна кількість годин	
	Денна форма	Заочна форма
Лекції	16	4
семінарські заняття / практичні / лабораторні	18	10
самостійна робота	56	70

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Обов'язковий / вибірковий
VIII семестр	053 Психологія	4 курс	Вибірковий

Тематика курсу

Тема, план	Форма заняття	Література	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу. Роль і значення іміджу в сучасному діловому світі. Іміджологія в системі наук. Співвідношення змісту понять: імідж, іміджмейкінг, іміджологія, іміджмейкер, паблік рілейшинз, піар. Функції іміджу (ціннісні, технологічні, світоглядні). Класифікації іміджів (за рівнем систематизації, за функціональним підходом (Г.Почепцов, Ф.Джефрінс), за політичною іміджологією (А.Панасюк, Г.Почепцов, В.Шепель)).	Лекція 2 год, семінар 2 год.	1. Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна», 2008.— 217 с. 2. Палеха Ю.І. Іміджологія: Навч.посібник / За заг.ред. З.І.Тимошенко. – К.: Вид-во Європ. у-ту, 2005. – 324с. 3. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / А.Ю.Панасюк. – М.: Изд-во «Омега-Л», 2007. – 266с. 4. Змановская Е.В. Руководство по управлению личным	1. Ознайомитись та проаналізувати статті: О.Ю.Трач, О.І. Карий Імідж, бренд та репутація: їх взаємозв'язок і вплив на розвиток територій, організацій та окремих осіб. Ю. Зеленская Эпатаж как инструмент PR 2.**Практичне завдання 1.** На основі опрацьованих публікацій здійснити порівняльний аналіз понять: імідж, бренд, репутація, епатаж. Література для підготовки подана в ресурсах (6 год).	10%	Другий тиждень

		имиджем. – СПб.: Речь, 2005. – 144 с. 5. Хавкіна Л. М. Іміджелогія : навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» / Л. М. Хавкіна. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 64 с.			
Тема 2. Технологічний інструментарій формування іміджу. Основні чинники побудови іміджу. Психологічні механізми формування іміджу (фасцинація, атракція, міжособистісна перцепція). Психолого-педагогічні та імідж формуючі принципи іміджмейкінгу. Форми процесу іміджування (групова та індивідуальна). Психологічний інструментарій іміджології (позиціонування, маніпуляція, емоціоналізація, деталізація, метафоризація, вербалізація, візуалізація, дистанціювання, акцентування інформації, опитування громадської думки, впровадження моделей сприйняття, нейролінгвістичне програмування).	Лекція 4 год., семінар 2 год.	1..Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна», 2008.— 217 с. 2. Палеха Ю.І. Іміджологія: Навч.посібник / За заг.ред. З.І.Тимошенко. – К.: Вид-во Європ. у-ту, 2005. – 324с. 3. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / А.Ю.Панасюк. – М.: Изд-во «Омега-Л», 2007. – 266с. 4. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»]. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 111 с.	1. Ознайомитись та проаналізувати статті. Підготувати виступи на семінар. 1. В.Орлова Міф як PR-технологія 2.Психологічні аспекти створення образу в іміджмейкерстві// Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна», 2008.— с.48-57. Література для підготовки подана в ресурсах. (10 год.)	10%	Третій тиждень
Тема 3-4. Технології та техніки	Лекція 4 год.,	1.Панасюк А.Ю. Формирование	1.Аналіз публікації.	20%	Четверт ий

формування іміджу. Провідні організаційні технології формування іміджу. Поняття психотехнології та психотехніки у іміджології. Психологічні технології формування іміджу (психотехнологія імітації підсвідомої іміджформуючої інформації, психотехнологія формування довіри аудиторії іміджу до опосередкованого джерела інформації, психотехнологія впливу на підсвідомість). Основні психотехніки іміджмейкінгу (психотехніки блокування негативної імідж формуючої інформації, психотехніки відсторонення від конкурента, психотехніки імітації підсвідомої імідж формуючої інформації, психотехніки формування довіри аудиторії іміджу до опосередкованого джерела інформації, психотехніки впливу на підсвідомість членів аудиторії іміджу (безпосереднього (техніка гіпнозу, техніка субсенсорного сприйняття (ефект 25 кадру)) та опосередкованого	семінар 2 год.	имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / А.Ю.Панасюк. – М.: Изд-во «Омега-Л», 2007. – 266с. 2. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»]. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 111 с. 3. Наумова С.А. Имиджелогия: учебное пособие / С.А.Наумова. – Томск: Том.политехн.у-т, 2004. – 116с. 4. Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. – СПб.: Речь, 2005. – 144 с. 3. Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. – СПб.: Речь, 2005. – 144 с.	Обговорення на семінарі. Змановская Е. Руководство по управлению личным имиджем. СПб.: Речь, 2005. С.163-185. (5 год.)		тиждень

(техніка НЛП)).					
Тема 5. Технології управління особистісним іміджем. Структура особистісного іміджу. Глибинні характеристики особистісного іміджу. Поняття та характерологічні риси харизматичного іміджу. Стратегії управління особистісним іміджем. Техніки створення ефективного імідж-образу. Технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу. Психологічні особливості кінетичного іміджу. Особливості формування вербального іміджу. Вибір моделі поведінки. Створення індивідуального стилю.	Лекції 4 год., семінар 2 год, практичні 4 год.	1..Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна», 2008.— 217 с. 2. Палеха Ю.І. Іміджологія: Навч.посібник / За заг.ред. З.І.Тимошенко. – К.: Вид-во Європ. у-ту, 2005. – 324с. 3. Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. – СПб.: Речь, 2005. – 144 с. 4. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям / В.М.Шепель. – М.: Народное образование, 2002.	Виконання завдань тренінгового заняття. Проведення комплексної оцінки психологічних особливостей особистості, самотестування (за запропонованими методиками). **Практичне завдання 2.** На основі виконаних на тренінгу завдань формування власного особистого профілю та його аналіз. Побудова власного професійного профілю. Формулювання висновків та визначення кола психологічних проблем. Психологія кольору в побудові особистісного та ділового іміджу. Визначення поведінкового хромотипу, та його значення у іміджмейкінгу. Виконання та аналіз вправи «Презентація лідерських якостей». (15 год.)	30%	Шостий тиждень
Тема 6. Особливості формування ділового іміджу.	Лекції 2 год., семіна	1..Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для	**Практичне завдання 3.** Складання	30%	Восьмий тиждень

Поняття ділового іміджу. Основні риси та чинники його формування. Етапи формування ділового іміджу. Концептуальна модель ділового іміджу. Особливості середовища спілкування та контексту діяльності. Психологічні засади самопрезентації. Рівні самопрезентації. Способи самопрезентації.	р 2 год.,практичні 4 год.	дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна», 2008.— 217 с. 2. Палеха Ю.І. Іміджологія: Навч.посібник / За заг.ред. З.І.Тимошенко. – К.: Вид-во Європ. у-ту, 2005. – 324с. 3. Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. – СПб.: Речь, 2005. – 144 с. 4. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям / В.М.Шепель. – М.: Народное образование, 2002.	власної психологічної імідж-карти (або програми корекції власного іміджу), із обґрунтуванням застосованих технологій вибору моделей поведінки. Презентація власних імідж-карт. Групова робота. **Практичне завдання 4.** Презентація підготовлених завдань по само презентації себе як фахівця та їх аналіз. Набуття вмінь і навичок презентації себе як особистості, як професіонала, як психолога. (20 год.)		
6. Система оцінювання курсу					
Загальна система оцінювання курсу	Усні, поточні оцінки – 15 балів Здійснення порівняльного аналізу понять: імідж, бренд, репутація, епатаж. (Практичне завдання №1) – 10 балів Формування та аналіз особистого та професійного профілю (Практичне завдання №2) – 10 балів Розробка імідж-карти (Практичне завдання №3) – 20 балів Самопрезентація себе як фахівця (у формі презентації, виступу) (Практичне завдання №4) – 20 балів Тестування по лекціях – 5 балів Підсумкове тестування – 20 балів				
Вимоги до письмової роботи	**Критерії оцінювання підсумкового тестування** Підсумковий тест складається із 20 тестових запитань кожне із яких оцінюється у 1 бал. Набрана студентом кількість балів за підсумковий тест залежить від кількості правильних відповідей. **Критерії оцінювання практичних завдань** **Практичне завдання № 1** 9-10 балів (відмінно) – завдання виконано в повному обсязі: розроблений порівняльний аналіз понять: імідж, бренд, репутація, епатаж, у вигляді порівняльної характеристики, таблиці, на основі опрацьованих публікацій. Чітка структурованість інформації. Якісно проаналізовано спільні та відмінні риси усіх понять. Зроблено висновки про зміст та об’єм проаналізованих понять. Оформлена				

	письмово робота. 7-8 балів (добре) – завдання виконано в повному обсязі: розроблений порівняльний аналіз понять: імідж, бренд, репутація, епатаж (у вигляді порівняльної характеристики, таблиці), на основі опрацьованих публікацій (Можлива нестача якось поняття). Чітка структурованість інформації. (певні недоліки структурованості). Якісно проаналізовано спільні та відмінні риси усіх понять (можливі неточності у аналізі понять, одні поняття проаналізовано ґрунтовніше ніж інші). Зроблено висновки про зміст та об'єм проаналізованих понять (недостатньо обґрунтовані та чіткі висновки). Оформлена письмово робота. 5-6 балів (задовільно) – завдання виконано не в повному обсязі, прослідковуються істотні помилки у порівнянні основних понять, інформація не структурована, певні поняття відсутні. Не якісно проаналізовано спільні та відмінні риси понять (подано частковий аналіз). Висновки фрагментарні. Не обґрунтовані. Робота оформлена частково або відсутня. 3-4 бали (незадовільно) – виконана лише частина завдання, проаналізоване одне чи два поняття. Завдання не структуроване. Відсутня логіка порівняння (чи характеристика, чи таблиця) Висновки відсутні. Висновки відсутні, або фрагментарні. Можливі усні доповнення до виконаного завдання. Письмова робота відсутня або є лише її фрагмент. 1-2 бали (незадовільно) – завдання практично не виконано, складається з окремих малозмістовних тез, які за своїм змістом не відображають суті завдання. 0 балів – завдання відсутнє. **Практичне завдання № 2** 9-10 балів (відмінно) – завдання виконано студентом в повному обсязі відповідно до запропонованих на практичному занятті позицій складання та аналізу особистого та професійного профілю. Графічно побудовані профілі (особистий та професійний). Зроблені ґрунтовні висновки про сильні та слабкі, основні та другорядні сторони особистості та фахівця. Виконане завдання відображає здатність студента аналізувати діяльність фахівця, виокремлювати основні та другорядні функції. Виконана та вчасно здана письмова робота. 7-8 балів (добре) – завдання виконано студентом в повному обсязі відповідно до запропонованих на практичному занятті позицій складання та аналізу особистого та професійного профілю. Графічно побудовані профілі (особистий та професійний). Зроблені не повні (часткові, фрагментарні, необґрунтовані) висновки про сильні та слабкі, основні та другорядні сторони особистості та фахівця. Виконане завдання відображає здатність студента аналізувати діяльність фахівця, виокремлювати основні та другорядні функції. Виконана та (можливо) не вчасно здана письмова робота. 5-6 балів (задовільно) – завдання виконано не в повному обсязі, або не відповідно до запропонованих на практичному занятті позицій складання та аналізу особистого та професійного профілю. Прослідковується порушення запропонованої схеми, відсутність окремих складових (або студент скопіював чужий профіль). Зроблені не повні (часткові, фрагментарні, необґрунтовані) висновки про сильні та слабкі, основні та другорядні сторони особистості та

	фахівця. Студент не здатен аналізувати діяльність фахівця. Робота здана не вчасно. 3-4 бали (незадовільно) – завдання не відображає складання та аналізу особистого та професійного профілю. Відсутні графічно побудовані профілі. Подана інформація не відповідає суті завдання. Можливі усні доповнення до виконаного завдання. Робота здана не вчасно (або відсутня). 1-2 бали (незадовільно) – завдання практично не виконано. Особистий та професійний профілю не побудований. Графічні профілі відсутні (особистий та професійний) Робота відсутня. Можливі усні доповнення та коментарі щодо поставленого завдання. 0 балів – завдання відсутнє. **Практичне завдання № 3** 17-20 балів (відмінно) – розроблена імідж-карта суб'єкта іміджування, яка включає в себе усі необхідні етапи та елементи згідно запропонованого взірця; відповідно до отриманих результатів імідж-карти, здійснено підбір технологій та технік формування іміджу. Зроблені ґрунтовні висновки про особливості суб'єкта іміджування та специфіку іміджмейкінгу. Виконана, оформлена та вчасно здана письмова робота. 13-16 бали (добре) – розроблена імідж-карта суб'єкта іміджування, яка включає в себе усі необхідні етапи та елементи згідно запропонованого взірця; відповідно до отриманих результатів імідж-карти, здійснено підбір технологій та технік формування іміджу (можлива наявність певних неточностей). Зроблені ґрунтовні висновки про особливості суб'єкта іміджування та специфіку іміджмейкінгу (можлива нечіткість висновків). Виконана, оформлена та вчасно здана письмова робота. 9-12 балів (задовільно) – завдання виконано не в повному обсязі, виконана лише частина завдань. Прослідковуються істотні помилки або відсутність окремих частин завдання. Завдання не зовсім відповідає запропонованому взірцю. Зроблені ґрунтовні висновки про особливості суб'єкта іміджування та специфіку іміджмейкінгу (можлива нечіткість висновків, фрагментарність, необгрунтованість). Виконана, частково оформлена та не вчасно здана письмова робота. 5-8 балів (незадовільно) – виконана лише якась частина завдання (діагностична, не дібрані технології та техніки формування іміджу, відсутні частина позицій імідж-карти). Завдання не відповідає запропонованому взірцю. Висновки відсутні або ж фрагментарні, не чіткі. Частково оформлена та не вчасно здана письмова робота (або ж відсутня). Можливі усні доповнення до виконаного завдання. 1-4 бали (незадовільно) – завдання практично не виконано, складається з окремих малозмістовних тез, які за своїм змістом не відображають суті завдання. 0 балів – завдання відсутнє. **Практичне завдання № 4** 17-20 балів (відмінно) – розроблена презентація щодо самопрезентації себе як фахівця (психолога), яка максимально базується на знаннях з курсу (особистому та професійному профілі, імідж – карті, застосуванням технологій та технік іміджмейкінгу та піару). Використано креативні методи і технології подачі інформації. Актуалізовані міждисциплінарні зв'язки. Виконана, оформлена та

	вчасно презентована робота. 13-16 бали (добре) – розроблена презентація щодо самопрезентації себе як фахівця (психолога), яка частково базується на знаннях з курсу (особистому та професійному профілі, імідж – карті, застосуванням технологій та технік іміджмейкінгу та піару). Не всі наявні у студента дані використано для само презентації. Використано креативні методи і технології подачі інформації. Можливо не актуалізовані міждисциплінарні зв'язки. Виконана, оформлена та вчасно презентована робота. 9-12 балів (задовільно) – завдання виконано не в повному обсязі, розроблена презентація щодо самопрезентації себе як фахівця (психолога), яка мало базується на знаннях з курсу (особистому та професійному профілі, імідж – карті, застосуванням технологій та технік іміджмейкінгу та піару). Використано мало креативних методів і технологій подачі інформації. Можливо не актуалізовані міждисциплінарні зв'язки. Частково виконана, частково оформлена та не вчасно презентована робота. 5-8 балів (незадовільно) – виконана лише якась частина завдання, яка мало базується на знаннях з курсу (особистому та професійному профілі, імідж – карті, застосуванням технологій та технік іміджмейкінгу та піару). Не використано креативних методів і технологій подачі інформації. Не актуалізовані міждисциплінарні зв'язки. Наявні окремі фрагменти презентації, не вчасно здана робота (або ж відсутня). Можливі усні доповнення до виконаного завдання. 1-4 бали (незадовільно) – завдання практично не виконано, складається з окремих малозмістовних фрагментів, які за своїм змістом не відображають суті завдання. 0 балів – завдання відсутнє.
Семінарські заняття	Критерії поточного оцінювання здійснюються за 5-бальною шкалою і відповідають загальним рекомендаціям щодо оцінювання при підсумковому контролю. «Відмінно» (5) 5 балів – тему засвоєно повністю, без прогалин, необхідні практичні навики роботи з матеріалом сформовані. У відповідях студента чітко простежується вміння аналізувати, диференціювати, узагальнювати інформацію, оцінювати факти, події, оцінювати факти, події та прогнозувати очікувані результати від прийнятих рішень. Студент опирається у знаннях не тільки на лекційний матеріал та навчальні посібники, але й оперує матеріалом сучасних наукових досліджень. «Добре» (4) 4 бали – тема засвоєна повністю, без прогалин. Сформовані вміння аналізувати, систематизувати, узагальнювати інформацію. Дано правильну відповідь на всі питання, можливі незначні неточності. Відповідь може носити переважно репродуктивний характер, немає цілісності у сприйнятті матеріалу, існують неточності у трактуванні понятійного апарату. «Задовільно» (3) 3 бали – існують прогалини у знаннях. Відповіді неповні, не чіткі, простежується невміння інтегрувати матеріал. Студент не дає відповіді на всі питання плану семінару. «Незадовільно» (2) 0 балів – основні питання теми засвоєні мінімально, або ж не засвоєні, відсутність вміння аналізувати, систематизувати, узагальнювати інформацію, мінімальний рівень репродуктивних знань, нема відповідей на допоміжні

Умови допуску до підсумкового контролю	Студент допускається до підсумкового контролю (тестування) при умові здачі усіх практичних завдань. Залік виставляється студенту за умови здачі усіх практичних завдань, тестувань по лекціях та виконання підсумкового тесту. Заліком є сума балів набраних студентом протягом семестру за усі види роботи: усні оцінки (робота на семінарах), виконання практичних завдань, підсумковий тест.

7. Політика курсу

Викладання курсу грунтується на принципах академічної доброчесноті. Студент виконує завдання, які зазначено у програмі (силабусі) вчасно. Всі завдання курсу повинні бути виконаними незважаючи на причину відсутності студента на занятті. Відсутність студента на занятті без поважної причини передбачає зниження балів, які відводяться на обговорення питань семінарських та лекційних занять, а також захисту розробки на занятті (по 5 балів за кожну розробку).

8. Рекомендована література

1. Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна», 2008.— 217 с.
2. Палеха Ю.І. Іміджологія: Навч.посібник / За заг.ред. З.І.Тимошенко. – К.: Вид-во Європ. у-ту, 2005. – 324с.
3. Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. – СПб.: Речь, 2005. – 144 с.
4. Калюжный А.А. Психология формирования имиджа учителя / А.А. Калюжный. – М.: Изд-во Владос, 2004. – 222с.
5. Наумова С.А. Имиджелогия: учебное пособие / С.А.Наумова. – Томск: Том.политехн.у-т, 2004. – 116с.
6. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / А.Ю.Панасюк. – М.: Изд-во «Омега-Л», 2007. – 266с.
7. Панасюк А.Ю. Как убеждать в своей правоте. Современные психотехнологии убеждающего воздействия /А.Ю.Панасюк. – М.: Изд-во «Дело», 2002. – 305с.
8. Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер. — 2-е изд., испр. и доп. — СПб.: Алетейя, 2001. — 256с.
9. Перелыгина Е. Б. Психология имиджа / Е.Б. Перелыгина — М., 2002.
10. Хавкіна Л. М. Іміджелогія : навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» / Л. М. Хавкіна. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 64 с.
11. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»]. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 111 с.
12. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям / В.М.Шепель. – М.: Народное образование, 2002.

Викладач Гринчук О.І.