

Міністерство освіти і науки України Сумський національний
аграрний університет Юридичний факультет
Кафедра Правосуддя та філософії

Робоча програма (силабус) освітнього компонента
Етикет з основами іміджології
(вибірковий)

Спеціальність	усі спеціальності
Освітня програма	усі освітні програми
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)

Суми – 2025

Розробник:

Кубрак О.В., старший викладач
(прізвище, ініціали) (вчений ступінь та звання, посада)

Розглянуто, схвалено та
затверджено на засіданні
кафедри Правосуддя
та філософії

протокол від 5.06.2025 № 11

Завідувач
кафедри

(підпис)

Котвяковський
(прізвище, ініціали)

Рецензія на робочу програму надана

Міх
(підпис)

Михайлович (додається)
(ПІБ)

Методист відділу якості освіти,
ліцензування та акредитації

Г. Бар
(підпис)

Тетяна Баран
(ПІБ)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 06.07. 2025 р.

© СНАУ, 2025 рік

Інформація про перегляд робочої програми (силабусу):

Навчальний рік, в якому вносяться зміни	Номер додатку до робочої програми з описом змін	Зміни розглянуто і схвалено		
		Дата та номер протоколу засідання кафедри	Завідувач кафедри	Гарант освітньої програми

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

1.	Назва ОК	Етикет з основами іміджології		
2.	Факультет/кафедра	Юридичний факультет/ Правосуддя та філософії		
3.	Статус ОК	Вибірковий		
4.	Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК для			
5.	ОК може бути запропонований для	Рекомендовано для всіх ОП		
6.	Семестр та тривалість вивчення	3-й, 4-й семестр, 1- 15 тижнів		
7.	Кількість кредитів ЄКТС	5		
8.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота(заняття)		
		Лекційні 30	Практичні /семінарські 30	Лабораторні 90
9.	Мова навчання	українська		
10.	Викладач/Координатор освітнього компонента	Кубрак Олег Вікторович, старший викладач кафедри правосуддя та філософії Години консультацій – кожного вівторка о 12.15, кабінет 248 г		
11.1	Контактна інформація	kubrak1970@ukr.net		
11.	Загальний опис освітнього компонента	Дисципліна спрямована на формування у студентів цілісного й системного розуміння: іміджу як явища; іміджмейкерства та його особливостей як форми сучасних соціальних комунікацій; психологічних властивостей іміджу; методів створення ефективного імідж-образу; технологій формування особистісного, ділового іміджу, іміджу організації, населеного пункту, країни/нації.		
12.	Мета освітнього компонента	ознайомлення та вивчення сутності іміджології як науки, закономірностей та принципів процесів, пов'язаних зі створенням іміджу особистості, організації, компанії, народу, країни, способів формування іміджу особистості; формування вмінь і навичок використання технологій іміджування, методологічних засад, інструментальних засобів іміджології під час професійної діяльності; забезпечення теоретичної бази з іміджології для оволодіння фаховими дисциплінами соціальної спрямованості.		
13.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	Освітній компонент базується на ОК «Історично-філософські студії» Освітній компонент є основою для ОК Культурологія		
14.	Політика академічної доброчесності	Політика академічної доброчесності здійснюється відповідно до « Кодексу академічної доброчесності Сумського національного аграрного університету » https://snaeu.edu.ua/viddil-zabezpechennya-yakosti-osviti/zabezpechennya-yakosti-osviti/akademichna-dobrochesnist/		

		За порушення правил академічної доброчесності особи, що навчаються в університеті, можуть бути притягнуті до таких форм відповідальності як: 1) повторне проходження оцінювання (контрольної роботи, іспиту, заліку тощо); 2) повторне проходження навчального курсу; 3) попередження.
15.	Ключові слова	Культура поведінки, діловий етикет, діловий імідж, візитні картки, етикет вітань, імідж ділової людини, корпоративна культура, ділові переговори, вербальна комунікація, етика ділового спілкування, мовний етикет, етикетні особливості, сохбет, файв-о-клок, скон, традиції застольного етикету, Я – концепція, соціальний вплив, самосприйняття, індивідуальний імідж, груповий імідж, корпоративний імідж

1. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З ПРОГРАМНИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ

Результати навчання за ОК:	Як оцінюється ДРН
Після вивчення освітнього компонента	
ДРН 1 Знати і розуміти теоретичні основи та принципи іміджелогії, володіти навичками сучасного іміджмейкера зі створення іміджу фірми, корпорації крізь призму людського фактора.	Доповідь, обговорення, опитування, тестування (тест множинного вибору)
ДРН 2. Знати механізм побудови корпоративного іміджу та його успішного розвитку, володіти механізмами впливу імідж-образу на масову свідомість.	Підготовка мультимедійних презентацій, обговорення, опитування, тестування (тест множинного вибору)
ДРН 3. Знати види особистісного іміджу: вербального, візуального, дзеркального.	Дискусія, обговорення, опитування, тестування (тест множинного вибору)
ДРН 4. Застосовувати сучасні технології формування сучасного іміджу підприємства та успішного керівника, вміти створювати будь-який вид іміджу	Вікторина, обговорення, опитування, тестування (тест множинного вибору)

3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу				Рекомендована література
	Аудиторна робота			Самостійна робота	
	Лк	П.з/семін. 3	Лаб. 3.		
Тема 1: Поняття про культуру поведінки та діловий етикет. 1. 3 історії формування етикету. 2. Етикет і протокол.	2	2		6	6.1.1. (2), 6.1.2 (1), 6.1.3 (4), 6.2 (2)
Тема 2: Діловий етикет та діловий імідж. 1. Діловий етикет та візитні картки як його частина. 2. Етикет вітань. 3. Імідж ділової людини – чим не можна нехтувати.	2	2		6	6.1.1. (1, 2) , 6.1.2 (1), 6.1.3 (1,2,4), 6.2 (1,2)
Тема 3: Діловий етикет як складова корпоративної культури. 1. Знайомство та представлення. 2. Ділові переговори.	2	2		6	6.1.1. (1, 2) , 6.1.2 (1), 6.1.3 (1,2,4), 6.2 (1,2)
Тема 4: Вербальна комунікація і етика ділового спілкування. 1. Культура мовлення і мовний етикет. Поняття вербального спілкування. Мова як провідний спосіб передачі інформації. Монологічна та діалогічна вербальна комунікація. 2. Основні вимоги усного мовлення. Вміння говорити – шлях до успіху ділової людини. Майстерність публічного мовлення. Культура та техніка мовлення. Виступи та бесіди.	2	2		6	6.1.1. (1, 2) , 6.1.2 (1), 6.1.3 (1,2,4), 6.2 (1,2)
Тема 5: Правила етикету при невербальній комунікації. 1. Роль зв'язку почуттів людини з невербальними засобами комунікації. 2. Особливості просторового фактору в спілкуванні. Обличчя як карта для читання намірів людини.	2	2		6	6.1.1. (1, 2) , 6.1.2 (1), 6.1.3 (1,2,4), 6.2 (1,2)

3. Жести і рухи як демонстрація почуттів та намірів людини.					
Тема 6: Етикетні особливості в країнах світу. 1. Чотири підтипи народів Європи за темпераментом та манерою поведінки: нордійці, динарці, середземноморці та остійці. 2. Етикет в країнах Європи та неоднорідність США в етнографічному відношенні: як це впливає на етикетні зв'язки в країні.	2	2		6	6.1.1. (1, 2) , 6.1.2 (1), 6.1.3 (1,2,4), 6.2 (1,2)
Тема 7: Етикетні особливості в країнах світу. 1. Країни Східної Азії (Китайська Народна Республіка, Корея, Японія). 2. Особливості етикетних відносин в арабських країнах.	2	2		6	6.1.1. (1, 2) , 6.1.2 (1), 6.1.3 (1,2,4), 6.2 (1,2)
Тема 8: Неформальна комунікація і етика у діловому спілкуванні. 1. Культура застілля у діловому спілкуванні. Подарунки і «хороші манери» в ділових колах. 2. Манери поведінки за столом, приписи і табу. Американський і європейський способи вживання їжі. Національні, етнографічні й релігійні традиції застольного етикету.	2	2		6	6.1.1. (1, 2) , 6.1.2 (1), 6.1.3 (1,2,4), 6.2 (1,2)
Тема 9: Роль етикету в розв'язуванні конфліктних ситуацій. 1. Моральний конфлікт як соціально-професіональна проблема. 2. Засоби ефективного подолання конфліктних ситуацій за різних обставин і на різних стадіях розвитку конфлікту.	2	2		6	6.1.1. (1, 2) , 6.1.2 (1), 6.1.3 (1,2,4), 6.2 (1,2)
Тема 10: Поняття іміджу. 1. Імідж з погляду загальної психології. 2. Імідж з погляду іміджелогії та соціальної психології.	2	2		6	6.1.1. (1,3), 6.1.2. (1), 6.1.3 (2,3), 6.2 (3,5)

Тема 11: Символічна природа іміджу. Я – концепція як сукупність установок на імідж. 1. Символічна природа іміджу. 2. Я-концепція як сукупність установок на імідж.	2	2		6	6.1.1. (1,3), 6.1.2. (1), 6.1.3 (2,3), 6.2 (3,5, 6)
Тема 12: Імідж у системі індивідуальної поведінки і соціального впливу. 1. Імідж у системі індивідуальної поведінки. 2. Імідж у системі соціального впливу.	2	2		6	6.1.1. (1,3), 6.1.2. (1), 6.1.3 (2,3), 6.2 (3,5, 6)
Тема 13: Особливості індивідуального іміджу. Імідж, орієнтований на самосприйняття. 1. Особливості індивідуального іміджу. 2. Імідж, орієнтований на самосприйняття.	2	2		6	6.1.1. (1,3), 6.1.2. (1), 6.1.3 (2,3), 6.2 (3,5, 6)
Тема 14: Груповий і предметний іміджі. 1. Груповий імідж. 2. Предметний імідж.	2	2		6	6.1.1. (1,3), 6.1.2. (1), 6.1.3 (2,3), 6.2 (3,5, 6)
Тема 15: Корпоративний імідж. 1. Функції корпоративного іміджу (іміджу організації). 2. Формування специфічної корпоративної культури.	2	2		6	6.1.1. (1,3), 6.1.2. (1), 6.1.3 (2,3), 6.2 (3,4,5, 6)
Всього	30	30		90	

4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена)	К-сть	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати студент самостійно)	К-сть
	викладачем <u>під час аудиторних занять, консультацій</u>)	годин		годин
ДРН 1 Знати і розуміти теоретичні основи та принципи іміджелогії, володіти навичками сучасного іміджмейкера зі створення іміджу фірми, корпорації крізь призму людського фактора.	Проведення лекційних занять з мультимедійними презентаціями до кожної з тем. Проведення опитування, тестування. Консультації. Модерування дискусії за результатами доповідей	8	Підготовка до доповіді, обговорення, опитування, тестування (тест множинного вибору)	14

ДРН 2. Знати механізм побудови корпоративного іміджу та його успішного розвитку, володіти механізмами впливу імідж-образу на масову свідомість.	Проведення лекційних занять з мультимедійними презентаціями до кожної з тем. Проведення опитування, тестування. Консультації. Перевірка мультимедійних презентацій	16	Підготовка мультимедійних презентацій, обговорення, опитування, тестування (тест множинного вибору)	38
ДРН 3. Знати види особистісного іміджу: вербального, візуального, дзеркального.	Проведення лекційних занять з мультимедійними презентаціями до кожної з тем. Проведення опитування, тестування. Консультації. Модерування дискусії.	16	Дискусія, обговорення, опитування, тестування (тест множинного вибору)	15
ДРН 4. Застосовувати сучасні технології формування сучасного іміджу підприємства та успішного керівника, вміти створювати будь-який вид іміджу	Проведення лекційних занять з мультимедійними презентаціями до кожної з тем. Проведення опитування, тестування. Консультації. Проведення вікторини	20	Вікторина, обговорення, опитування, тестування (тест множинного вибору)	33

2. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

2.1. Сумативне оцінювання

2.1.1. Для оцінювання очікуваних результатів навчання передбачено

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1.	Практичне завдання до теми 2. Виступи з доповідями.	15 балів	До 4-го тижня
2.	Практичне завдання до теми 7. Доповіді з мультимедійними презентаціями	15 балів	До 9-го тижня
2.	Тестування за опрацьованими темами (тест множинного вибору)	20 балів	До 9-го тижня
2.	Практичне завдання до теми Тема 8. Дискусія.	15 балів	До 9-го тижня
5.	Практичне завдання до теми 10 Вікторина.	15 балів	До 13-го тижня
6.	Тестування за опрацьованими темами (тест множинного вибору)	20 балів	До 15-го тижня
	Всього	100 балів	

5.1.1. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Виступи з доповідями	0-3 бали	3-7 балів	7-13 балів	13-15 балів
	Студент не підготував доповіді, не брав участі обговоренні. дискусії	Студент не розкрив аргументує свою позицію, не відповів на лопаткові активності при обговоренні. дискусії	Студент розкрив недостатньо переконливо аргументує свою позицію відповів на додаткові брав участь обговореннях, дискусіях	Студент повністю розкрив тему доповіді, аргументує свою позицію відповів на лопаткові брав активну участь обговореннях, дискусіях
Доповіді з мультимедійними презентаціями	0 балів	1-6 бали	7-12 балів	13-15 балів
	Студент не підготував презентацію	Презентація недостатньо унаочнює зміст повідомлення	Презентація унаочнює зміст повідомлення, виконана з дотриманням вимог.	Виступ з повідомленням доповнюється презентацією, виконаною відповідно до вимог
Тестування за опрацьованими темами (тест множинного вибору)	0-5 балів	6-10 балів	11-15 балів	16-20 балів
	Залежить від кількості правильних відповідей на	Залежить від кількості правильних відповідей на	Залежить від кількості правильних відповідей на	Залежить від кількості правильних відповідей на
Дискусія	0-3 бали	3-7 балів	7-13 балів	13-15 балів
	Студент не брав участі у дискусії	Студент брав пасивну участь у	Студент брав участь у дискусії у зауважень	Студент брав активну участь у дискусії, самостійно висловлював думки щодо теми
	0-3 бали	3-7 балів	7-13 балів	13-15 балів
Вікторина.	Студент не брав участі у вікторині	Студент не виявив активності в командній роботі	Студент брав участь у командній роботі, дав окремі правильні	Студент брав активну участь у командній роботі, дав правильні відповіді на питання
Тестування за опрацьованими темами (тест множинного вибору)	0-5 балів	6-10 балів	11-15 балів	16-20 балів
	Залежить від кількості відповідей на тест	Залежить від кількості правильних відповідей на тест	Залежить від кількості правильних відповідей на тест	Залежить від кількості відповідей на тест

2.2. Формативне оцінювання:

№	Елементи формативного оцінювання	Дата
1	Експрес-опитування після вивчення кожної теми	після завершення вивчення теми
2	Проходження модульного контролю зі зворотнім зв'язком з викладачем	7, 15 тижні
3	Усний зворотний зв'язок від викладача під час занять	протягом занять
4	Самооцінювання	1-2-й, 3-6-й, 8-й, 10-12-й, 14-й тиждень
5	Взаємооцінювання за результатами вікторини	13-й тиждень

3. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

6.1 Основні джерела

6.1.1 Підручники, посібники

1. Барна Н. В. Іміджологія: навч. посібник - Київ: ун-т «Україна», 2021.
2. Калениченко Р. А. Іміджологія: навч. посібник – Київ: ЦП Компринт, 2023.
3. Палеха Ю. І. Іміджологія: навч. Посібник - Київ, 2022.
4. Дячук В. П. Іміджологія. Соціокультурний вимір - Київ, Ліра-К, 2021

6.1.2 Методичне забезпечення

1. Кубрак О. В. Лекції з Етикету з основами іміджології для здобувачів всіх спеціальностей денної та заочної форм здобуття вищої освіти/ Суми : СНАУ, 2025 – 112 с.

6.1.3 Інші джерела

Електронні ресурси

1. http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1776_66617386.pdf
2. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. Бебика. К.: Університет «Україна». Електронний ресурс. – Режим доступу https://www.studmed.ru/view/barna-nv-mdzhelogy_a_679ae311daf.html
3. https://library.udpu.edu.ua/library_files/406456.pdf
4. В. П.Дячук Іміджологія. Соціокультурний вимір. Київ, Ліра-К, 2021 р.

6.1.4. Додаткові джерела

1. Кубрак. О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування. - К.: ВД "Княгиня Ольга", 2020.
2. Почепцов Г. Імідж: від фараонів до президентів. - Київ, 2019.
3. Почепцов Г. Іміджологія: теорія та практика. - Київ, 2020.
4. Луньов О. Формування власного позитивного іміджу. - Київ, 2021.
5. Борис Ковалів. Мистецтво слова. ЦНЛ. – Київ, 2020.
6. Кубрак О. В. Розвиток виховання та освіти в Європі в ранньому та середньому середньовіччі (V – XIII ст.). Збірник наукових статей «Освітні інновації: філософія, психологія, педагогіка». КЗ СОШПО. Суми, 2022, с. 204 – 208.
7. Кубрак О. В. Комунікаційні PR-стратегії та ділова репутація. // «Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах» Матеріали III-ої Міжнародної науковопрактичної конференції, 20 квітня 2023 р. / Університет митної справи та фінансів, 2023. – Дніпро, с. 347 – 349
8. Кубрак О. В. Етикет як основа національного характеру британців // міжнародних конференцій «Молодь у сучасній психології: етнічна самосвідомість та межетнічна взаємодія». Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції. 22-23 квітня 2021 року / Суми, СДПУ ім. Макаренка. – Суми, с. 97-99
9. Кубрак О. В. Формування європейського етикету в епоху Середньовіччя - Збірник наукових праць «Світогляд – Філософія – Релігія» - ДВНЗ УАБС НБУ, Суми, Вид. «Світ друку» – 2015 р., с. 105 – 114
10. Кубрак О. В. Етикет як невід’ємна частина культурної практики повсякденності // «Моделі соціо-культурного розвитку територій: перспективи та можливості у світлі історичної спадщини сучасного та майбутнього» Матеріали міжнародної науково-практичної конференції 25 – 27 вересня 2019 р. СНАУ. – Суми: СНАУ, , 2019. – с. 33 – 36

6.2 Програмне забезпечення

Платформа Moodle <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=2981>

Рецензія на робочу програму (силабус)

Параметр, за яким оцінюється робоча програма (силабус) освітнього компонента викладачем відповідної кафедри	Так	Ні	Коментар
Загальна інформація про освітній компонент є достатньою	+		
Результати навчання за освітнім компонентом (ДРН) відповідають НРК	+		
Результати навчання за освітнім компонентом (ДРН) дають можливість виміряти та оцінити рівень їх	+		
Результати навчання (ДРН) стосуються компетентностей студентів, а не змісту дисципліни (містять знання, уміння навички а не теми навчальної програми)	+		
Зміст ОК сформовано відповідно до структурно-логічної схеми	+		
Навчальна активність (методи викладання та навчання) дає змогу студентам досягти очікуваних результатів навчання	+		
Освітній компонент передбачає навчання через дослідження, що є доцільним та достатнім для відповідного рівня вищої освіти	+		
Стратегія оцінювання в межах освітнього компонента відповідає політиці Університету/факультету	+		
Передбачені методи оцінювання дозволяють оцінити ступінь досягнення результатів навчання за освітнім компонентом	+		
Навантаження студентів є адекватним обсягу освітнього компонента	+		
Рекомендовані навчальні ресурси є достатніми для досягнення результатів навчання (ДРН)	+		
Література є актуальною	+		
Перелік навчальних ресурсів містить необхідні для досягнення ДРН програмні продукти	+		

Рецензент:

Викладач кафедри ДПД та українознавства

Михайленко М.

М.М.