

ПЛАН
практичних занять з дисципліни
«ІМІДЖЕЛОГІЯ»

Практичні заняття – 14 годин
Викладач – Доброєр Н.В.

Обсяг, години	Тема та стислий зміст практичного заняття	Мета роботи
Семестровий модуль 1		
2	Заняття 1. Імідж як соціокультурне явище. Завдання: 1) з числа відомих людей обрати двох (одна персона – історична, друга – сучасна) очевидно «іміджевих»; 2) визначити складові їхнього іміджу; 3) спробувати визначити, чи є серед наведених прикладів симулякри.	Закріплення уявлень про імідж як соціокультурне явище, отримання навичок розпізнавання іміджів, стереотипів, симулякрів.
2	Заняття 2. Імідж як форма театралізації повсякденності. Завдання: 1) переглянути агітаційні передвиборчі матеріали політиків різних країн; 2) відповісти на запитання: чи можна за презентованою «картинкою» визначити в цілому іміджеву стратегію політика? (Відповідь обґрунтувати).	Ознайомлення з особливостями використання іміджу в PR-технологіях; отримання навичок аналізу іміджевих стратегій у політичному «театрі».
2	Заняття 3. Аналіз комунікативної поведінки в рамках заданого іміджу. Завдання: 1) переглянути фрагменти з кінофільмів; 2) відповісти на запитання: Чи привів створений імідж до ефективної комунікації? Чому?	Відпрацьовування навичок аналізу ефективності комунікації за допомогою іміджу.
Семестровий модуль 2		
2	Заняття 4. Приклади створення індивідуальних іміджів. Завдання: 1) переглянути фрагменти кінофільмів за тематикою заняття; 2) відповісти на запитання: В яких репліках персонажів артикулюється мета створення нового іміджу? Чим був поганий (на думку героїв) «старий» імідж? Чи вдалося за допомогою нового іміджу досягнути мети, що ставилася?	Ознайомлення із практиками створення індивідуальних іміджів, отримання навичок виявлення цілей та мотивів створення індивідуальних іміджів, а також оцінки їх ефективності.
2	Заняття 5. Професійний імідж. Завдання: 1) переглянути фрагменти з кінофільмів; 2) проаналізувати ситуації в цих фрагментах з	Отримання навичок аналізу комунікації в контексті професійної діяльності та відповідного іміджу.

	точки зору ефективності іміджевих рішень.	
2	<p>Заняття 6. Предметний імідж.</p> <p>Завдання:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) переглянути рекламні блоки на TV; 2) вибрати ролики з персоніфікацією в сюжеті; 3) проаналізувати предметні іміджі в цих роликах (міфологічна складова, символіка, цільова аудиторія і т.д.) 	Ознайомлення із різними практиками створення предметного іміджу, відпрацьовування навичок аналізу предметних іміджів.
2	<p>Заняття 7. Корпоративний імідж.</p> <p>Завдання:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Зібрати матеріали (рекламні проспекти, буклети, упаковка, web-сторінки, візитки і т. ін.), які демонструють візуальний стиль якої-небудь компанії (за вибором студента); 2) Відповісти на запитання: чи дають ці матеріали уявлення про філософію компанії? (відповідь обґрунтувати) 	Отримання навичок аналізу корпоративного іміджу по зовнішнім носіям.