

# Психологія зовнішності та іміджу

**Викладач:** К.психол.н.,  
доцент б.в.з. кафедри  
психології  
Миропольцева  
Ніна Ігорівна

## Результати курсу:

### Знання:

- теоретичних основ психології зовнішності та іміджу, результатів класичних і сучасних досліджень з цієї тематики;
- основних видів іміджу (груповий, персональний, корпоративний, предметний і т.д.), їх структуру та технології формування;
- правила та етапи управління іміджем;
- способи конструювання персонального і суспільного іміджів;

### Навички:

- здійснювати оцінку та тестування іміджевих характеристик;
- складати програму корекції і конструювання іміджу;
- використовувати дослідні методи в проблемному полі іміджології;
- Визначати, блокувати та використовувати маніпулятивні методи впливу на особистість.

У змісті курсу розкривається специфіка процесів сприйняття, самосприйняття, самопрезентації, самоподачі, міжособистісної атракції. Докладно розглядаються психологічні проблеми особистості, пов'язані із зовнішністю, методи дослідження і подолання психологічних проблем зовнішності; механізми, чинники та сильні сторони зовнішності та іміджу; основні методи, що дозволяють створювати і застосовувати соціально-психологічні технології корекції іміджу для реалізації особистості у різних сферах її життя (сім'я, кар'єра, хоббі і т.д.).

**Формат:** лекції, групові заняття.

**Кількість годин:** 3 кредити ( 90 годин): лекції – 18 годин, групові заняття –18 годин, самостійна робота – 54 години.

## Тематика курсу:

### **Змістовний модуль 1. Основні напрямки дослідження зовнішності та іміджу**

Тема 1. Соціально-культурні фактори сприйняття зовнішності.

Тема 2. Теоретичні та експериментальні дослідження самопрезентації та самоподачі..

Тема 3. Процеси соціального впливу і зовнішність.

Тема 4. Міжособистісна атракція і зовнішність людини.

Тема 5. Психологічні проблеми особистості, пов'язані із зовнішністю та іміджем

### **Змістовний модуль 2. Характеристика різних видів іміджу та методи їх формування**

Тема 6. Фактори міжгрупового сприйняття. Груповий імідж.

Тема 7. Персональний імідж.

Тема 8. Корпоративний імідж.

Тема 9. Предметний імідж.

# Психологія зовнішності та іміджу

## Оцінювання:

Екзамен – 40 балів

Робота за семестр – 60 балів:

- творче завдання – 2 x 5 балів = 10 балів
- аналітична робота – 2 x 10 балів = 20 балів
- Участь у дискусіях, практичних завданнях, в малих групах під час групових занять – 8 x 3 бали = 24 балів
- Проведення дослідження із презентацією результатів – 6 балів

**Технічні вимоги:** Wi-Fi чи мобільний інтернет; використання PowerPoint та інших програм щодо монтування та трансляції відео-презентації; сторінка у соціальних мережах (на вибір).

**Академічна доброчесність:** передбачає самостійне виконання аналітичних і творчих завдань, контрольних робіт; у разі наявності текстових збігів, копіювання, списування або фальсифікації даних робота не зараховується

**Творче завдання 1** передбачає самопрезентацію себе відповідно до певної соціальної ролі: я – студент, я – фахівець, я – донька і т.д.

**Творче завдання 2** присвячене побудові власного іміджу для реалізації себе у певній сфері життєдіяльності. Передбачає аналіз індивідуального іміджу та самопрезентації успішної людини у даній сфері (на конкретному прикладі) та розробку власного плану імідж-стратегії розвитку.

**Аналітична робота 1:** провести аналіз відомих блогерів, дикторів, теле / радіо ведучих або інших медійних особистостей з точки зору фільтрів «довіри-недовіри».

**Аналітична робота 2:** обрати рекламу продукту (товар, послуга), провести аналіз засобів маніпулятивного впливу на особистість, визначити контингент людей, на який спрямована ця реклама.

**Проведення дослідження із презентацією результатів :** передбачає проведення дослідження щодо факторів фізичної привабливості та її значення для людини у певній соціальній групі сучасного суспільства(за віком, родом діяльності і т.д.), визначення чинників впливу на формування даної позиції. Результати оприлюднюються у формі виступу з презентацією та відповідями на питання аудиторії.

**Дискусії, практичні завдання** проводяться в малих групах під час групових занять за їх тематикою.