

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти
сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015

Кафедра психології

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою

(пост. п. від «22» 2021 р.)

Ректор

 А. А. Мазаракі



**ПСИХОЛОГІЯ ІМІДЖУ /
PSYCHOLOGY OF IMAGE**

**ПРОГРАМА /
COURSE SUMMARY**

Київ 2021

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу КНТЕУ
заборонено**

Автори: Хлонь О.М., канд. психол. наук, доцент, доцент кафедри психології КНТЕУ;

Ванюшина О.Ф., канд. філософ. наук, доцент, доцент кафедри психології КНТЕУ.

Програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри психології 29 березня 2021 р., протокол № 15.

Рецензенти: Шевченко О.Ф., канд. психол. наук, доцент, доцент кафедри психології КНТЕУ
Гордия Н.Д. Заступник директора закладу післядипломної освіти Київської обласної державної адміністрації

ПСИХОЛОГІЯ ІМІДЖУ/ PSYCHOLOGY OF IMAGE

**ПРОГРАМА/
COURSE SUMMARY**

ВСТУП

Навчальна дисципліна «Психологія іміджу» є вибірковою і призначена для підготовки студентів освітнього ступеня «бакалавр», галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»), спеціальності 053 «Психологія», спеціалізація «Практична психологія».

Програму підготовлено відповідно до Стандарту вищої освіти України із зазначеної спеціальності і відповідної до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів КНТЕУ.

Програма дисципліни складається з таких розділів:

1. Мета, завдання та предмет дисципліни.
2. Передумови вивчення дисципліни як вибіркової компоненти освітньої програми.
3. Результати вивчення дисципліни.
4. Зміст дисципліни.
5. Список рекомендованих джерел.

1. МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ПРЕДМЕТ ДИСЦИПЛІНИ

Метою дисципліни є оволодіння студентами теоретико-методологічними уявленнями про імідж, розуміння психологічних засад іміджу фахівців та організацій, а також формування у студентів навичок та умінь побудови іміджу фахівця.

Завданнями вивчення дисципліни є: формування у студентів умінь і навичок ефективного розв'язання проблем, пов'язаних із формуванням іміджу фахівця; оволодіння знаннями, що відображують зміст і структуру іміджу фахівця; усвідомлення ролі та значимості психологічних компонентів іміджу; вивчення психологічних технологій побудови ефективного іміджу та керування особистісним іміджем фахівця; розуміння способів просування особистісного іміджу фахівця.

Предметом дисципліни є імідж як соціально-психологічний феномен, а також психологічні особливості його формування та функціонування.

2. ПЕРЕДУМОВИ ВИЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ ЯК ВИБІРКОВОЇ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

знання

- базових понять та категорій з дисциплін «Загальна психологія», «Практична психологія», «Психологія управління» та «Психологічне забезпечення професійної діяльності»;
- основ інформаційних технологій;

вміння

- вільно працювати з офісними додатками *Microsoft Word* та *Power Point*

3. РЕЗУЛЬТАТИ ВИЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Психологія іміджу», як вибіркова компонента освітньої програми, забезпечує оволодіння студентами загальними компетентностями і досягнення ними програмних результатів навчання за відповідною освітньо-професійною програмою:

*Практична психологія
(ОС -2018 р. бакалавр)*

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
<i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i>		
ЗК 1	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу	1, 2
ЗК 2	Здатність застосовувати набуті знання у практичних ситуаціях професійної діяльності	5-7, 10-12
ЗК 4	Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій	10, 11
ЗК 5	Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями	3-6, 8-12
ЗК 6	Здатність бути критичним та самокритичним	2, 3, 10, 13
ЗК 7	Здатність приймати обґрунтовані рішення	12
ЗК 8	Здатність генерувати нові ідеї (креативність)	1-5, 9, 10
ЗК 11	Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів)	1, 2, 4- 6
ЗК 12	Знання та розуміння про захищеність життя та діяльності особистості, суспільства та життєвого середовища від небезпечних факторів природного і штучного характеру	13
<i>Фахові компетентності за освітньою програмою</i>		
ФК 3	Знання основних понять організаційної психології, психології управління, психології торгівлі, економічної психології, конфліктології та інших галузей психології	1-3, 5, 6
ФК 7	Вміти адаптуватися до нових ситуацій та здатність до професійної мобільності	10,11
ФК 10	Вміти створювати систему психологічного забезпечення професійної діяльності фахівця	3-6, 9, 10
ФК 11	Вміння систематизувати критерії психодіагностичних досліджень, спрямованих на якість відбору й атестації персоналу на підприємстві, організації	4
ФК 14	Здатність до особистісного та професійного самовдосконалення, навчання та саморозвитку	13
<i>Програмні результати навчання</i>		

ПРН 2	Демонструвати розуміння закономірностей та особливостей розвитку і функціонування психічних явищ в контексті професійних завдань	1, 2, 8
ПРН 3	Ілюструвати прикладами закономірності та особливості функціонування та розвитку психічних явищ	1, 2
ПРН 4	Здійснювати пошук інформації з різних джерел для вирішення професійних завдань в т.ч. з використанням інформаційно-комунікаційних технологій	1-5, 9, 10
ПРН 5	Здійснювати реферування наукових джерел, обґрунтовувати власну позицію, робити самостійні висновки	7
ПРН 9	Презентувати результати власних досліджень усно/письмово для поінформованої аудиторії, формулювати розгорнутий аналіз та тези досліджень	4, 12, 13
ПРН 10	Пропонувати власні способи вирішення психологічних задач і проблем у професійній діяльності, приймати та аргументувати рішення щодо їх розв'язання	1-5, 9, 10
ПРН 11	Формулювати думку логічно, доступно, дискутувати, обстоювати власну позицію, модифікувати висловлювання відповідно до культуральних особливостей співрозмовника	3-6, 8-12
ПРН 15	Демонструвати навички командної роботи у процесі вирішення фахових завдань	2, 4, 13
ПРН 16	Демонструвати відповідальне ставлення до професійного вдосконалення, навчання та саморозвитку	1-5, 10-13
ПРН 18	Демонструвати соціально-відповідальну та свідому поведінку, слідувати гуманістичним та демократичним цінностям	10-13

*Практична психологія
(ОС – 2020р. бакалавр)*

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
<i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i>		
ЗК 1	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях	5-7, 10-12

ЗК 2	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями	3-6, 8-12
ЗК 4	Здатність генерувати нові ідеї (креативність)	1-5, 9, 10
ЗК 4	Здатність працювати в команді	2, 4, 13
<i>Спеціальні (фахові) компетентності за освітньою програмою</i>		
СК 2	Здатність до ретроспективного аналізу вітчизняного та зарубіжного досвіду розуміння природи виникнення, функціонування та розвитку психічних явищ	3-6, 8-12
СК 3	Здатність до розуміння природи поведінки, діяльності та вчинків	5-7, 10-12
СК 4	Здатність самостійно збирати та критично опрацьовувати, аналізувати та узагальнювати психологічну інформацію з різних джерел	4, 12, 13
СК 5	Здатність використовувати валідний і надійний психодіагностичний інструментарій	2, 4, 13
<i>Програмні результати навчання</i>		
ПР 3	Здійснювати пошук інформації з різних джерел, у т.ч. з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, для вирішення професійних завдань	1-5, 9, 10
ПР 4	Обґрунтовувати власну позицію, робити самостійні висновки за результатами власних досліджень і аналізу літературних джерел	1, 2, 8-10
ПР 5	Обирати та застосовувати валідний і надійний психодіагностичний інструментарій (тести, опитувальники, проективні методики тощо) психологічного дослідження та технології психологічної допомоги	4, 12, 13
ПР 6	Формулювати мету, завдання дослідження, володіти навичками збору первинного матеріалу, дотримуватися процедури дослідження	10, 11
ПР 8	Презентувати результати власних досліджень усно / письмово для фахівців і нефахівців	4, 12, 13
ПР 9	Пропонувати власні способи вирішення психологічних задач і проблем у процесі професійної діяльності, приймати та аргументувати власні рішення щодо їх розв'язання	1-5, 9, 10
ПР 13	Взаємодіяти, вступати у комунікацію, бути зрозумілим, толерантно ставитися до осіб, що мають інші культуральні чи гендерно-вікові відмінності	3-6, 8-12
ПР 15	Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, навчання та саморозвитку	1-5, 9, 10
ПР 18	Вживати ефективних заходів щодо збереження здоров'я (власного й оточення) та за потреби визначати зміст запиту до супервізії	5-7, 10-12

4. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕМА 1. Соціально-психологічна природа іміджу

Психологічні засади іміджу, як результат суб'єкт-суб'єктної взаємодії. Імідж з точки зору психології. Психологічні підходи у вивченні поняття імідж. Поняття іміджу, як одна з пріоритетних категорій психології іміджу. Основні дефініції дисципліни психології іміджу. Психологічні інструменти для побудови іміджу. Мотивація формування іміджу психолога. Типологія психологічного образу іміджу фахівця психології служби.

Імідж організації. Внутрішній та зовнішній імідж організації. Функції психологічного образу іміджу. Імідж як образ, що створюється на підставі знань умінь та навичок психології іміджу. Класифікація іміджів. Поняття групового та індивідуального іміджу, характеристики та структура, психологічні особливості.

Зв'язок психології іміджу із іншими науками. Темперамент та характер та їх вплив на поведінку людини при побудові іміджу. Побудова ефективного іміджу із врахуванням психологічного стану фахівця.

Список рекомендованих джерел

Основний: 1-3.

Додатковий: 1, 5, 10-12.

Інтернет-ресурси: 1, 3-5, 8.

ТЕМА 2. Я-концепція як сукупність установок на імідж

Я-концепція в системі побудови іміджу фахівця. Сукупність психологічних установок на імідж. Складові та характеристика Я-концепції фахівця. Модальності самоустановок. Феномен схильності на користь власного «Я» (К. Роджерс та К. Хорні). Самопрезентація фахівця з позиції Я-концепції. Схема структурної побудови Я-концепції. Я-концепція як сукупність установок по відношенню до самого себе. Взаємозв'язок «Я» концепції іміджу та евристик у психології іміджу. Атракція, як важливий компонент психології іміджу. Закономірності виникнення атракції у професійній діяльності.

Створення іміджу в структурі Я концепції, як спосіб подолання когнітивного дисонансу. Когнітивний дисонанс та роль іміджу у його попередженні.

Список рекомендованих джерел

Основний: 1-3.

Додатковий: 1, 6, 8.

Інтернет-ресурси: 2-5, 7, 8.

ТЕМА 3. Психологічні стратегії та техніки формування ефективного іміджу

Поведінка фахівця, що спрямована на формування позитивного іміджу. Етапи створення іміджу фахівця, їх психологічна характеристика. Принципи створення позитивного іміджу.

Психологічні стратегії формування іміджу фахівця. Стратегія «креативний вибух», та особливості її використання у професійному середовищі. Формування професійної привабливості фахівця на підставі позитивного іміджу та компетентності. Характеристика стадій зміни поведінки працівника відповідно до формування бажаного образу (за Д.Г. Скоттом).

Методи побудови індивідуального іміджу. Характеристики іміджу спрямованого на створення образів з позиції психології. Методи самоконтролю, як одна з дієвих форм побудови ефективного іміджу фахівця. Самоспостереження, його види, характеристики та прийоми. Спостереження. Самоаналіз. Самовиховання. Створення масового, універсального іміджу для фахівця.

Техніки побудови іміджу фахівця. Прийоми типізації та техніки піднесення іміджу. Компоненти професійного іміджу. Імідж з позиції гештальтпсихології. Схема процесу сприйняття об'єкту. Загальна структура іміджу фахівця при виникненні потреби у динамічній рівновазі.

Список рекомендованих джерел

Основний: 1-3.

Додатковий: 1-3, 6, 8, 10.

Інтернет-ресурси: 1-5, 8.

ТЕМА 4. Психологічний клімат та імідж організації

Внутрішній імідж організації, його структура та підтримка. Мета створення корпоративного іміджу. Формування позитивної атмосфери соціального та психологічного клімату в організації. Особливості формування психологічного клімату з метою закріплення іміджу. Структура та складові іміджу організації. Загальна характеристика комфортного психологічного клімату. Комфортний психологічний клімат, як важлива умова ефективності діяльності працівників організації. Дотримання принципів внутрішнього корпоративного іміджу у процесі побудови іміджу. Практичні психологічні та соціальні прийоми створення у співробітників відчуття причетності до організації та загальної справи. Умови психологічного комфорту для працівників з метою формування позитивного іміджу організації.

Список рекомендованих джерел

Основний: 2, 3.

Додатковий: 1, 5, 11.

Інтернет-ресурси: 1, 3, 8.

ТЕМА 5. Соціально-психологічні особливості професійного іміджу

Психологічні технології просування особистісного іміджу фахівця. Види іміджу з позиції професійної діяльності.

Соціально-психологічне проектування як форма представлення іміджу. Об'єкти соціального проектування. Соціальний дизайн, як важлива категорія психології іміджу. Соціально-психологічні технології та імідж організації. Методи соціально-психологічного проектування. Соціально-психологічні проекти, як форма підтримання іміджу організації.

Особливості цілеспрямованої професійної діяльності у сфері надання психологічних послуг із застосуванням спеціальних соціо- і психотехнічних засобів і технологій. Здатність поєднувати якісні і зовнішні характеристики іміджу організації та спеціаліста. Психологічні заходи по відновленню іміджу, якому завдана шкода. Індивідуалізація, як вияв особистісного та професійного зростання фахівця.

Список рекомендованих джерел

Основний: 2, 3.

Додатковий: 1, 5, 6, 8-10.

Інтернет-ресурси: 1, 4, 5, 8.

ТЕМА 6. Психологічні аспекти формування індивідуального іміджу фахівця

Психологічні особливості індивідуального іміджу. Види мотивації як основа створення особистісного іміджу. Мотивації створення іміджу (за Дж. Роттером). Провідні вимоги до іміджу фахівця (за Є.В. Змановською). Поняття про імідж, моду та статус в уявленнях М. Вебера, Т. Веблена, Г. Зіммеля. Групи якостей, які формують позитивний імідж професійної діяльності та їх характеристика. Структура іміджу фахівця. Розвиток особистих якостей фахівця з метою побудови ефективного іміджу.

Імідж, орієнтований на самосприйняття. Приклади створення іміджу за допомогою наслідування зразку фахівця професіонала. Научіння побудови ефективного іміджу фахівця завдяки рефлексії. Види научіння за А. Бандурою (вікарні научіння, чисте наслідування). Механізм «вживання» в імідж, заснований на впливі поведінки на психологічні установки.

Список рекомендованих джерел

Основний: 1-3.

Додатковий: 1, 3, 5, 6, 8, 10.

Інтернет-ресурси: 1, 2, 5, 7, 8.

ТЕМА 7. Робота із соціальною інформацією при побудові іміджу

Психологічний аналіз соціальної інформації при побудові ефективного іміджу фахівця. Елементи розпізнавання сенсу інформації з метою побудови ефективного іміджу. Ілюзорні кореляції у психології іміджу. Способи структурування соціальної інформації для побудови іміджу фахівця. Властивості групового іміджу – розподіл та стереотипність. Визначення критерії та характеристики соціального стереотипу (за положеннями Г. Теджфела). Характеристики упереджень та дискримінації (за Г. Олпортом).

Особливе значення символів у спілкуванні людей і культурі організацій. Символи у спілкуванні і в культурі, їх види та роль у психології іміджу. Варіанти та складові знакових інформаційних систем при побудові іміджу фахівця.

Список рекомендованих джерел

Основний: 1-3.

Додатковий: 1, 4, 5, 7, 9, 12.

Інтернет-ресурси: 2, 3, 8.

ТЕМА 8. Психологічний вплив першого враження при побудові іміджу
Важливість установки (атитюду) у формуванні першого враження на особистість. Характеристика і структура атитюду. Компоненти структури психологічної установки (за М. Смітом).

Керування процесом формування першого враження фахівця. Імідж у системі індивідуальної поведінки та соціального впливу фахівця. Компоненти та чинники першого враження при прийомі на роботу. Підготовка до співбесіди на посаду. Резюме. Подолання особистісної тривожності при прийомі на роботу. Самоконтроль та впевненість у собі як важливі якості позиціонування себе як успішного фахівця. Персоніфікація як важлива категорія у формуванні першого враження у процесі побудови іміджу.

Способи створення психологічного образу фахівця в уяві інших людей. Стратегії поведінки, що спрямовані на побудову позитивного іміджу фахівця (за О.М. Лебеєвим-Любимовим).

Список рекомендованих джерел

Основний: 1-3.

Додатковий: 1, 3-7.

Інтернет-ресурси: 1, 2, 5, 8.

ТЕМА 9. Візуальний імідж ділової людини

Імідж, орієнтований на сприйняття. Прогнозування очікувань опонента при побудові візуального іміджу в умовах професійної діяльності. Психологічні установки, що впливають на сприйняття індивідуального іміджу. Чинники, сприйняття іміджу («Big Five») та зміст категоріальної структури (за Г. Гольдбергом і А. Шмельовим). Характеристики комунікативного стилю. Типи «харизми», які існують в колективній свідомості. Рекомендації, що необхідні при побудові візуального іміджу.

Структура ефективного візуального іміджу. Ефекти соціального сприйняття у психології іміджу. Особливості та процес соціальної перцепції під час виконання професійної діяльності. Функції міжособистісної перцепції. Стереотипи сприйняття у психології іміджу. Соціальний стереотип. Помилки сприйняття у професійній діяльності. Управління враженнями: атракція, асертивність, фасцинація. Структура ефективного візуального іміджу фахівця. Габітарний імідж. Фактори, які сприяють продуктивному психологічному

впливу в умовах професійної взаємодії. Психологія ділового етикету, як необхідна передумова побудови іміджу та психологічні технології.

Психологічні критерії позитивного візуального іміджу. Критерії професійно-психологічних якостей, що зумовлюють образ зовнішніх характеристик фахівця.

Список рекомендованих джерел

Основний: 1-3.

Додатковий: 1-3, 5, 6, 8.

Інтернет-ресурси: 1, 2, 5-8.

ТЕМА 10. Формування іміджу за допомогою стилю, ефективного спілкування та взаємодії

Комунікативні стилі, що сприяють побудові позитивного професійного іміджу. Зворотний зв'язок у діловій комунікації фахівця (feedback). Типи комунікації. Класифікація Т. ван Дейка та В. Кінча. Розвиток соціального інтелекту та навичок емоційних впливів у професійній діяльності. Імідж вербальної комунікації, як важлива складова взаємодії у професійному середовищі. Прийоми формування вербального іміджу фахівця.

Рівні, стратегії і тактики спілкування при побудові іміджу фахівця. Позичі учасників професійного спілкування у руслі трансактного аналізу Еріка Берна. Психологічні орієнтації у діловій комунікації. Партнерські ділові стосунки, як важлива передумова побудови позитивного іміджу.

Апріорний імідж. Кінетичний (невербальний) імідж. Основні канали невербальної комунікації у психології іміджу. Ефективне використання здібностей для формування іміджу фахівця (менеджера). Бажана модель ефективного спілкування при побудові професійного іміджу.

Список рекомендованих джерел

Основний: 1-3.

Додатковий: 1-3, 5, 6, 8.

Інтернет-ресурси: 1, 2, 7, 8.

ТЕМА 11. Взаємодія в процесі побудови іміджу

Психологічні особливості взаємного впливу учасників ділового спілкування. Перцептивний аспект, як важлива категорія психології іміджу. Калібрування та його мета в контексті побудови позитивного іміджу. Підлаштування під співрозмовника та параметри підлаштувань (за Г.Олдер і Б.Хезер). Системи образів, почуттів і уяви у психології іміджу. Психологічні характеристики «аудіалів», «візуалів», «кінестетиків», «дігіталів». Вербальні та невербальні техніки виявлення репрезентативних систем у учасників ділової взаємодії при побудові іміджу.

Техніки впливу на інших людей: переконання, зараження, навіювання (сугестії) тощо. Прийоми переконання та навіювання у психології іміджу.

Техніки та механізми маніпулювання та протидія маніпуляціям в умовах ділової взаємодії.

Імідж, що обумовлює безконфліктну взаємодію у професійній сфері. Психологічні механізми партнерських стосунків без втрат для іміджу та технології управління ними.

Список рекомендованих джерел

Основний: 2, 3.

Додатковий: 1-5, 7, 9.

Інтернет-ресурси: 1-3, 8.

ТЕМА 12. Психологічні особливості побудови іміджу керівника

Психологічний образ керівника в контексті побудови іміджу. Емпатія та використання її у створенні індивідуального іміджу керівника. Імідж справедливого керівника як форма попередження конфліктів в організації. Постава, пантоміміка та міміка, як діяльнісні компоненти іміджу. Фактори, що сприяють збереженню позитивного іміджу керівника. Способи підвищення впливовості іміджу керівника: харизматична установка, медитація, вибір і підтримка оптимальної дистанції, візуально-м'язова релаксація.

Мотивування до ефективної діяльності керівником організації. Фактори задоволеності працею, як важливий фактор побудови позитивного іміджу організації. Теорії мотивації. Первинні теорії мотивації, теорія "батога і пряника". Теорія "X-Y-Z". (Ф. Тейлор, Д. МакГрегор). Змістовні теорії мотивації. Теорія потреб А. Маслоу. Теорія існування, зв'язку і росту К. Альдерфера. Теорія придбаних потреб Д. МакКлелланда. Теорія двох факторів Ф. Герцберга. Процесуальні теорії мотивації. Теорія очікувань В. Врума. Теорія справедливості С. Адамса. Теорія Портера-Лоулера. Психологічні особливості іміджу керівника організації. Лідерство, як важливий фактор побудови ефективного іміджу керівника організації.

Список рекомендованих джерел

Основний: 1-3.

Додатковий: 1-3, 6.

Інтернет-ресурси: 1, 2, 6, 8.

ТЕМА 13. Самовдосконалення в структурі особистого іміджу фахівця

Самовдосконалення у психології іміджу. Стратегії самовдосконалення. Фізичні дані як підґрунтя формування індивідуального іміджу. Особливості та психологічні характеристики формування психологічних умов психічного і фізичного здоров'я як фактору збереження позитивного іміджу. Форми професійного самовдосконалення фахівця, що сприяють побудові позитивного іміджу.

Психологічні особливості діяльності фахівця, які сприяють побудові позитивного іміджу. Відповідність психологічних особливостей професійно-важливим якостям фахівця, як основа позитивного іміджу. Ефективний

діловий імідж та подолання прокрстинацій. Професійно важливі психологічні якості особистості, що обумовлюють позитивний імідж. Розподіл уваги в робочому процесі. Вольові якості при дотриманні розпорядку робочого дня фахівця при побудові позитивного професійного іміджу. Самовдосконалення мнемічних та атенційних особливостей фахівця, які зумовлюють успішну професійну діяльність. Комунікативна та мотиваційна складова як основа формування позитивного іміджу фахівця.

Список рекомендованих джерел

Основний: 1-3.

Додатковий: 3, 5, 8.

Інтернет-ресурси: 4, 5, 8.

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ¹

Основний

1. Корольчук М.С., Крайнюк В.М., Марченко В.М. *Основи психології: опорні конспекти, схеми, методики.* – К.: Ніка-Центр, 2018. – 320 с.

2. *Практична психологія. Навчальний посібник для студентів ВНЗ / Корольчук М.С., Корольчук В.М., Миронець С.М. та ін.* – К.: Київ.нац.торг.ун-т, 2014

3. Супрун В.М. Професійна іміджкомунікація [Текст] : навч.-метод. рекомендації для студентів спец. "Журналістика" / В. М. Супрун ; Нац. ун-т "Остроз. акад.". - Вінниця : Вінниц. обл. друк., 2015. - 19 с.

Додатковий

1. Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна», 2008.— 217 с.

2. Гандапас Радислав Харизма лідера. Феномен харизми від А до Я. – К.: Моноліт- Vizz, 2018. – 296 с.

3. Жарая С. Б. Створення іміджу лідера. Етичний кодекс службовця місцевого самоврядування [Текст] / С. Б. Жарая. - К.: [б.в.], 2007. - 127 с.

4. Карпенко Н. В. Геополітичні аспекти іміджевого позиціонування України [Текст] : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 21.03.03 / Карпенко Наталія Володимирівна ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. - Київ, 2015. - 22 с.

5. Корольчук М. С. *Психологія реклами [Текст] : навч. посіб. для студентів ВНЗ / [О. В. Зазимко; В.М. Корольчук, С.М. Миронець;та ін.] ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - Київ : КНТЕУ, 2016. - 383 с.*

¹ Курсивом позначені джерела, що наявні в бібліотеці КНТЕУ

6. Лагода О. М. Імідж як стилістична характеристика особистості [Електронний ресурс] / О. М. Лагода, К. М. Стеценко // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв . Мистецтвознавство. Архитектура. - 2007. - № 2. - С. 82-89.

7. Моїсеєва А. С. Вплив політичних ризиків на формування політичного іміджу України [Електронний ресурс] / А. С. Моїсеєва. // Політологічні записки.-2013.- № 7.

8. *Корольчук М.С. Психодіагностика : навч. посіб. / М.С. Корольчук (заг. ред.), В.І. Осьодло. – К. : Ельга ; Ніка-Центр, 2012. – 400 с.*

9. Купцова І. І. Політичний імідж як складова легітимації політичної влади [Електронний ресурс] / І. І. Купцова // Актуальні проблеми політики. - 2013. - Вип. 50. - С. 201-209.

10. Романенко О.В. Наукові засади вивчення іміджу як психологічної категорії // Вісник національного університету оборони №4 (41), 2014. – с.293-298.

11. Чернега Н. С. Основні етапи розвитку наукових положень щодо змісту формування іміджу організації / Н. С. Чернега // Актуальні проблеми психології. - 2015. - Т. 1, Вип. 42. - С. 87-91.

12. Чекалюк В. В. Формування іміджу України у ЗМІ [Текст] : монографія / Чекалюк В. В.; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. - Київ : Академія Української преси : Центр вільної преси, 2016. - 355 с.

Інтернет-ресурси

1. Альтшуллер А.А. Имидж и самопрезентация в бизнесе. – Режим доступу: <http://profilib.com/chtenie/96909/a-altshuller-imidzh-i-samoprezentatsiya-v-biznese.php>

2. Імідж керівника. Менеджмент персоналу. Мурашко М.І. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/45005-91-mdj-kervnika.html>

3. Імідж організації, його характеристика та взаємозв'язок з культурою. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/16520205/menedzhment/imidzh_organizatsiyi_yogo_harakteristika_vzayemozvyazok_kulturoyu

4. Інтернет-навчання «Як створити свій стиль: 5 кроків». – Режим доступу: <http://shopping-consul.livejournal.com/>

5. Красоткина И. Деловой имидж. – Режим доступу: <http://profilib.com/chtenie/73437/irina-krasotkina-delovoy-imidzh.php>

6. Про харизму. – Режим доступу : <http://mirpiar.com/publ/26-1-0-239>

7. Психодіагностика. Галян І.М. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/knigi/521-psihodagnostika-galyan-m.html>

8. Психологія іміджу. – Режим доступу : <http://mirpiar.com/publ/11>