ЛЬВІВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІЗНЕСУ ТА ПРАВА

СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «ПСИХОЛОГІЯ ІМІДЖУ ТА БРЕНД ПРАКТИЧНОГО ПСИХОЛОГА»

ВК 13

Рівень вищої освіти	**другий (магістерський)**
Спеціальність	**053 Психологія**
Освітньо-професійна програма	**Практична психологія**
Кваліфікація	**Магістр психології**
Рік навчання	**1**
Семестр	**2**
Форма навчання	**денна**
Кількість кредитів ЄКТС	**3,5**
Мова викладання	**українська**

Лектор дисципліни	_____ _____

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення дисципліни «Психологія іміджу та бренд практичного психолога» для здобувачів ступеня магістра є формування системи знань і практичних умінь щодо усвідомленого конструювання професійного іміджу та особистого (професійного) бренду психолога, а також умінь застосовувати ці знання у власній професійній самопрезентації.

Завдання дисципліни: 1) розкрити зміст понять «імідж» та «професійний бренд» психолога, їх співвідношення; 2) сформувати уміння аналізувати компоненти власного професійного іміджу (внутрішній, поведінковий, зовнішній); 3) оволодіти технологіями побудови особистого бренду психолога, зокрема в цифровому середовищі; 4) сформувати розуміння етичних меж самопрезентації та реклами психологічних послуг; 5) розкрити специфіку розвитку професійного бренду психолога в умовах воєнного стану.

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	Години (лек./ прак./сам.)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Тема 1. Імідж та бренд як соціально-психологічні феномени	2/2/-	Знати: поняття, структуру та функції іміджу й бренду особистості; основні теоретичні підходи до співвідношення понять «імідж» і «персональний бренд». Вміти: розрізняти імідж і бренд як рівні самопрезентації фахівця; аналізувати приклади професійного іміджу психологів.	Питання, тести, виконання самостійної роботи	5
Тема 2. Компоненти професійного іміджу практичного психолога	2/2/-	Знати: внутрішній (Я-концепція, цінності, психічне здоров'я), поведінковий (комунікативний стиль, мова тіла) та зовнішній (вигляд, простір консультування) компоненти іміджу психолога. Вміти: діагностувати сильні й слабкі сторони власного іміджу; складати план його корекції.	Питання, тести, виконання самостійної роботи	5

Тема	Години (лек./ прак./сам.)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Тема 3. Психологічні механізми формування враження та довіри клієнта	2/2/-	Знати: закономірності формування першого враження, ефекти соціальної перцепції (ореолу, первинності, стереотипізації) у взаємодії психолог-клієнт. Вміти: свідомо застосовувати вербальні та невербальні засоби для формування довіри клієнта на першій консультації.	Питання, тести, виконання самостійної роботи	5
Тема 4. Етапи розвитку професійного бренду психолога	2/2/-	Знати: чотириетапну модель розвитку бренду психолога (формування іміджу — набуття компетентності — набуття авторитетності — статус «людина-бренд»). Вміти: визначати, на якому етапі розвитку бренду перебуває фахівець, і планувати завдання наступного етапу.	Питання, тести, виконання самостійної роботи	5
Тема 5. Стратегії розвитку особистого бренду психолога	2/2/-	Знати: еволюційний і маркетинговий шляхи розвитку бренду, їх переваги та ризики. Вміти: обирати стратегію розвитку бренду відповідно до власних ресурсів, цілей і етапу професійної кар'єри.	Питання, тести, виконання самостійної роботи	5
Тема 6. Цифровий імідж психолога в інтернет-просторі	2/2/-	Знати: принципи побудови професійного сайту, сторінок у соціальних мережах, контент-стратегії психолога. Вміти: розробляти базовий контент-план для просування власного професійного бренду онлайн.	Питання, тести, виконання самостійної роботи	5
Тема 7. Етичні межі самопрезентації та реклами психологічних послуг	2/2/-	Знати: етичні принципи професії психолога щодо публічної комунікації, конфіденційності, реклами послуг. Вміти: розпізнавати й уникати етичних порушень у самопрезентації та маркетингу психологічних послуг.	Питання, тести, виконання самостійної роботи	5
Тема 8. Побудова бренду психолога в умовах кризи та війни	2/2/-	Знати: специфіку зростання попиту на психологічну допомогу та прискореного розвитку бренду психолога під час війни; ризики професійного вигорання. Вміти: планувати розвиток власного бренду з урахуванням підвищеного навантаження та потреби у психогігієні фахівця.	Питання, тести, виконання самостійної роботи	5
Теми для самостійного вивчення	-/-/73	1. Історія розвитку іміджелогії як наукового напряму. 2. Порівняльний аналіз іміджу психолога в українській та зарубіжній культурній традиції. 3. Особистий бренд науково-педагогічного працівника закладу вищої освіти. 4. Роль сторітелінгу у формуванні бренду психолога. 5. Психологічна безпека фахівця під час публічної діяльності. 6. Бренд психологічного центру (агенції) як колективний професійний бренд. 7. Вплив професійних спільнот та супервізії на становлення бренду психолога. 8. Кейс-аналіз професійних сторінок українських психологів у соціальних мережах.		
Всього	**16/16/73**			
Всього балів за поточний контроль			**40**	

Тема	Години (лек./ прак./сам.)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Залікова оцінка			**60**	
Всього			**100**	

ПРОГРАМНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні завдання і проблеми у процесі навчання та професійної діяльності у галузі психології, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризується комплексністю та невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК3. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК5. Здатність організовувати та реалізовувати просвітницьку та освітню діяльність для різних категорій населення у сфері психології. СК8. Здатність оцінювати межі власної фахової компетентності та підвищувати професійну кваліфікацію. СК9. Здатність дотримуватися у фаховій діяльності норм професійної етики та керуватися загальнолюдськими цінностями.
Програмні результати навчання (ПРН)	ПРН6. Розробляти просвітницькі матеріали та освітні програми, впроваджувати їх, отримувати зворотній зв'язок, оцінювати якість. ПРН7. Доступно і аргументовано представляти результати досліджень у писемній та усній формах, брати участь у фахових дискусіях. ПРН9. Вирішувати етичні дилеми з опорою на норми закону, етичні принципи та загальнолюдські цінності.

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад: лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності	Списування під час контрольних робіт та заліку заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад: хвороба, служба, участь у бойових діях, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Рейтинговий показник	Оцінка ECTS	Оцінка у національній шкалі	
		Екзамен, диф. залік	**Залік**
90-100	A (відмінно)	Відмінно	Зараховано
82-89	B (добре)	Добре	Зараховано
75-81	C (добре)	Добре	Зараховано
64-74	D (задовільно)	Задовільно	Зараховано
60-63	E (задовільно)	Задовільно	Зараховано
35-59	FX (незадовільно) з можливістю повторного складання	Незадовільно	Незараховано
1-34	F (незадовільно) з обов'язковим повторним вивченням	Незадовільно	Незараховано

ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ДЖЕРЕЛА

Основна література	1. Лоленко К. М. Професійний бренд психолога: сутність, етапи та умови розвитку. Організаційна психологія. Економічна психологія. 2022. № 2 (26). С. 91–98. https://orgpsy-journal.in.ua/index.php/opep/article/view/349 2. Кушнір Н. С., Стрілець-Бабенко О. В. Особистий бренд: сутність, функції та умови розвитку в аспекті психології маркетингу. Наукові записки. Серія: Психологія. 2023. № 2. С. 47–52. https://journals.cusu.in.ua/index.php/psychology/article/view/218 3. Березовська Л. Взаємозв'язок самооцінки та самопрезентації молоді у соціальних мережах. Вчені записки Університету «КРОК». 2023. № 3 (71). С. 142–149. https://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/630 4. Шабала Ю. А. Особистий брендбук педагога: методичний порадник. Київ: ДЗВО «Університет менеджменту освіти» НАПН України, 2024. 40 с. https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/742452/
Додаткова література	1. Вошкалуп Г. Чинники формування професійного іміджу сучасного психолога. Acta Paedagogica Volynienses. 2018. № 3. С. 212–218. 2. Білозерська С. І. Аксіологічні основи формування професійного іміджу майбутнього педагога. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Психологія. 2022. Т. 33 (72). № 2. С. 133–138. https://psych.vernadskyjournals.in.ua/journal/2_2022/22.pdf 3. Процко Н. В. Роль іміджу у сприйнятті практичного психолога. Актуальні проблеми психології. 2009. Т. 7. Вип. 20. Ч. 2. С. 121–124. http://ecopsy.com.ua/data/zbirki/2009_20_2/sb20_ch2_29.pdf 4. Роздимаха Є., Плюхіна Н., Ананьєв М. Принципи викладання в аспекті іміджевих стратегій педагога. Гуманізація навчально-виховного процесу. 2026. № 2 (110). С. 41–52. https://gnvp.ddpu.edu.ua/article/view/361503
Інформаційні ресурси	1. Наукові записки. Серія: Психологія (Центральноукраїнський державний університет імені Володимира Винниченка) — офіційний сайт видання. https://journals.cusu.in.ua/index.php/psychology 2. Організаційна психологія. Економічна психологія — науковий журнал Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. https://orgpsy-journal.in.ua/index.php/opep 3. Етичний кодекс психолога, прийнятий на I з'їзді Товариства психологів України (20.12.1990) — повний текст. https://www.knutd.edu.ua/files/ekts/psychol-pidtr/Etychnyj_kodeks_psyhologa.PDF