



Силабус навчальної дисципліни

Назва дисципліни “Управління діловим іміджем”

Сторінка курсу в Moodle:

<http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=4039¬ifyeditingon=1>

Кількість аудиторних занять 40 год.

Консультації: згідно графіку

Назва кафедри: кафедра маркетингу

Мова викладання: українська

Керівник курсу: доц. Басій Н.Ф.

Викладач: доц. Басій Н.Ф.

Профайл керівника курсу: <http://www.lute.lviv.ua/kafedri/kafedra-marketingu/basii-natalija-fedorivna/?L=898>

Профайл викладача (iv) <http://www.lute.lviv.ua/kafedri/kafedra-marketingu/basii-natalija-fedorivna/?L=898>

Контактна інформація basij@ukr.net

Опис дисципліни

Анотація дисципліни: “Управління діловим іміджем” є дисципліною *вибіркової* складової навчального плану. Як вибіркова складова, вивчення дисципліни дозволить здобувачу сформувати індивідуальну освітню траєкторію.

Під час вивчення даної дисципліни здобувачі отримують знання та навички, зокрема, щодо суті і складових іміджу особи та підприємства, а також практичні навички з його формування та вдосконалення.

Формат проведення дисципліни: очна серія лекцій, практичних і лабораторних занять, самостійна робота здобувачів, виконання науково-дослідних завдань. Здобувачі мають змогу отримувати індивідуальні консультації. Під час сесії формат очний.

Ознаки дисципліни

Кількість кредитів	Загальна кількість годин	Тижневих годин для денної форми навчання:		Вид підсумкового контролю
		аудиторних	самостійної роботи студента	
4	120	3,3	6,7	Залік

Обсяг дисципліни

Вид навчальної діяльності	Загальна кількість годин
Лекції	20
Практичні (лабораторні) заняття	20
Самостійна робота	80

Дидактична карта дисципліни

Назва теми, опис теми, завдання для самостійної роботи	Календарний план курсу			Вид навчальної діяльності	Форми і методи навчання	Оцінювання роботи, бали
	Тиждень семестру	Дата	Кількість годин			
Тема 1. Діловий імідж як феномен сучасного світу Завдання для СРС: Сформулюйте ключові запитання для дослідження іміджу підприємства в очах контактних аудиторій.	1-ий	згідно розкладу	2	лекція	Лекція-візуалізація, експрес-опитування	1
	2-ий	згідно розкладу	2	практичне заняття	Усне опитування, вирішення завдань, обговорення ситуаційних завдань	4
	1-2-ий	згідно розкладу	8	самостійна робота	Робота з навчально-методичною літера-турою, конспектування, вирішення завдань, тестування в дистанційному курсі	5
Тема 2. Різновиди іміджу та їх взаємодія з репутацією та брендом Завдання для СРС: Порівняти визначення термінів "імідж", "бренд", "репутація". У таблиці навести визначення не менш як трьох авторів.	1-ий	згідно розкладу	2	лекція	Лекція-візуалізація, експрес-опитування	1
	3-й	згідно розкладу	2	практичне заняття	Усне опитування, вирішення завдань, обговорення ситуаційних завдань	4
	2-3-й	згідно розкладу	8	самостійна робота	Робота з навчально-методичною літера-турою, конспектування, вирішення завдань, тестування в дистанційному курсі	5
Тема 3. Іміджемейкерство та його особливості Завдання для СРС: Знайти приклади застосування кожного інструменту формування іміджу в політиці (на прикладі політичних партій та лідерів), у бізнесі (на прикладі вітчизняних та іноземних компаній), у мистецтві та шоу-бізнесі (на прикладі акторів та шоу-менів). Чи є застосування цих інструментів ефективним в кожному з наведених прикладів? Які недоліки застосування кожного інструмента проявились у кожному прикладі? Який вплив це мало на імідж організації чи особи?	2-ий	згідно розкладу	2	лекція	Лекція-візуалізація, експрес-опитування	1
	4-ий	згідно розкладу	2	практичне заняття	Усне опитування, тестування, вирішення завдань, обговорення ситуаційних завдань	4
	3-4-й	згідно розкладу	8	самостійна робота	Робота з навчально-методичною літера-турою, конспектування, вирішення завдань, тестування в дистанційному курсі	5
Тема 4. Корпоративний іміджемейкінг Завдання для СРС: Застосовуючи різні моделі формування іміджу, опишіть імідж двох різних компаній, що працюють у одній сфері (наприклад, CoCa-Cola та Pepsi, Apple та Huawei тощо). Аналітичним чином проаналізуйте імідж: двох політичних партій; двох університетів; двох громадських організацій. Зробіть висновки про привабливість іміджу цих організацій. Результати представити у вигляді презентації.	3-й	згідно розкладу	2	лекція	Лекція, експрес-опитування	1
	5-й	згідно розкладу	2	практичне заняття	Усне опитування, тестування, вирішення завдань, обговорення ситуаційних завдань	4
	4-5-й	згідно розкладу	8	самостійна робота	Робота з навчально-методичною літера-турою, конспектування, вирішення завдань, тестування в дистанційному курсі	5

Тема 5. Вплив корпоративної репутації, філософії та культури на формування ділового іміджу Завдання для СРС: Ключовими характеристиками підприємства є <i>адекватність, оригінальність, пластичність, адресність, активність, конкретність, ясність</i> . Існують також і додаткові характеристики. Проаналізуйте чи відповідає імідж компанії Проктер енд Гембл, Кока-Кола, Хенкель та їх основних конкурентів (обрати самостійно) зазначеним характеристикам. Якщо якихось вимог не дотримано, то спробуйте проаналізувати, чому так сталося? Яким чином Ви б виправили таку ситуацію?	4-ий	згідно розкладу	2	лекція	Лекція, експрес-опитування	1
	6-ий	згідно розкладу	2	практичне заняття	Усне опитування, тестування, вирішення завдань, обговорення ситуаційних завдань	4
	5-6-ий	згідно розкладу	8	самостійна робота	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, вирішення завдань, тестування в дистанційному курсі	5
	5-ий	згідно розкладу	4	лекція	Лекція, експрес-опитування	2
	7-ий	згідно розкладу	4	практичне заняття	Усне опитування, вирішення завдань, обговорення ситуаційних завдань	8
Тема 6. Складові внутрішнього та зовнішнього ділового іміджу підприємства Завдання для СРС: Проаналізуйте складові зовнішнього та внутрішнього іміджу компанії Проктер енд Гембл, Кока-Кола, Хенкель та їх основних конкурентів (обрати самостійно). Чи відповідають вони вимогам до корпоративного іміджу? Якщо не відповідають, то яким чином Ви б змінили певні елементи іміджу цих компаній.	6-7-ий	згідно розкладу	16	самостійна робота	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, вирішення завдань, тестування в дистанційному курсі	10
	6-ий	згідно розкладу	2	лекція	Лекція-візуалізація, експрес-опитування	1
	8-ий	згідно розкладу	2	практичне заняття	Усне опитування, тестування, вирішення завдань, обговорення ситуаційних завдань	4
	7-8-ий	згідно розкладу	8	самостійна робота	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, вирішення завдань, тестування в дистанційному курсі	5
	7-ий	згідно розкладу	4	лекція	Лекція, експрес-опитування	2
Тема 7. Особистий діловий імідж Завдання для СРС: Перегляньте декілька телесюжетів (або сюжетів, які представлені у соціальних мережах) за участі відомих осіб (політиків, громадських діячів, шоу-менів тощо). Визначити складові їхнього іміджу. Визначте, які функції персонального іміджу проявляються у кожному з прикладів. З'ясуйте, яким чином, на Вашу думку, ім це вдається (за рахунок яких засобів). Що з такого досвіду Ви можете використати для себе особисто?	9-10-ий	згідно розкладу	4	практичне заняття	Усне опитування, вирішення завдань, обговорення ситуаційних завдань	8
	9-10-ий	згідно розкладу	16	самостійна робота	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, вирішення завдань, тестування в дистанційному курсі	10
	7-ий	згідно розкладу	4	лекція	Лекція, експрес-опитування	2
	9-10-ий	згідно розкладу	16	самостійна робота	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, вирішення завдань, тестування в дистанційному курсі	10
	9-10-ий	згідно розкладу	16	самостійна робота	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, вирішення завдань, тестування в дистанційному курсі	10
Разом			120			100

Технічне й програмне забезпечення (обладнання)

Персональні комп'ютери з підключенням до Інтернет і доступом до Веб-центру ЛТЕУ (дистанційних курсів і електронної бібліотеки) для ознайомлення з навчальним контентом, виконання завдань самостійної роботи, проходження тестування.

Політика курсу

Курс передбачає як індивідуальну роботу так і роботу у складі груп.

Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.

Після здійснення вибору даної дисципліни, вона стає обов'язковою для вивчення та включається до індивідуального навчального плану здобувача.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, навчання за кордоном за програмами обміну студентів) навчання може відбуватись у дистанційному режимі за погодженням із керівником курсу з презентацією виконаних завдань під час консультації викладача.

Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблену проробку за рекомендованою літературою, а також виконання завдань з метою закріплення теоретичного матеріалу.

Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.

Ліквідація заборгованості відбувається протягом 1 тижня після встановленого терміну. При цьому оцінка знижується на 10 %.

Під час роботи над завданнями недопустимо порушення академічної доброчесності.

Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, рубіжний, підсумковий.

Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю здобувачів вищої освіти, усне опитування, письмовий контроль, тестовий контроль, виконання навчальних та самостійних завдань.

Оцінювання навчальної роботи здобувачів вищої освіти за видами

Вид контролю	Вид навчальної діяльності	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях:	
	- присутність на заняттях	за кожне відвідування 0,3 бала
	- ведення конспекту	за кожну лекцію 0,3 бали
	- участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь 0,1 бала (максимально 0,4 бала)
За роботу на лекції здобувач може максимально отримати 1 бал		
За роботу на усіх лекціях здобувач максимально може отримати 10 балів		
	Робота на практичних заняттях:	
	- присутність на заняттях	за кожне відвідування 0,3 бала
	- усне опитування, тестування, рішення практичних задач	за кожну правильну відповідь 0,1 бала
	- участь у навчальній дискусії, обговоренні ситуаційного завдання, діловій грі	до 2 балів
За роботу на практичному занятті здобувач може максимально отримати 4 бали		
За роботу на усіх практичних заняттях здобувач максимально може отримати 40 балів		
Самостійна робота здобувача		
	- доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни	за кожну презентацію - до 5 балів
За самостійну роботу здобувач максимально може отримати 50 балів		
ДОДАТКОВА ОЦІНКА	Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій, участь у конкурсах наукових робіт за спеціальністю, виконання досліджень тощо	Згідно з рішенням кафедри
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ (залік)	Залік виставляється за результатами поточного та рубіжного контролю, проводиться по завершенню вивчення навчальної дисципліни	Критерії оцінювання зазначено в останній таблиці

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи; оцінка (бали) за НДЗ; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, виконання досліджень, підготовку наукових публікацій тощо.

Розподіл балів за темами для поточного контролю знань здобувачів вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня та для підсумкового контролю подані у таблицях.

Для заліку

Етапи поточного контролю знань								Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	100
10	10	10	10	10	20	10	20	

T1, T2 ... T8-- порядковий номер теми занять.

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється відповідно до Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти Львівського торговельно-економічного університету за такими рівнями та критеріями:

Критерії оцінювання		Рівень компетентності	Оцінка
Бали			
90-100	Здобувач демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-балової оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого syllabusом навчальної дисципліни, або здобувач проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в syllabusі навчальної дисципліни. Власні пропозиції здобувача в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно (A)
82-89	Здобувач демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.	Достатній Забезпечує здобувачу самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре (B)
74-81	Здобувач в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре (C)
64-73	Здобувач засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни, та розуміє постановку стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно (D)
60-63	Здобувач має певні знання, передбачені в програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних (індивідуальних, контрольних) завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових програми дисципліни	Задовільно (E)

32-32	Здобувач може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни здобувач виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у здобувача відсутня.	Незадовільно з можливістю повторного складання (FX)
0-34	Здобувач повністю не виконав вимог програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними.	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни (F)

Розробник силябусу навчальної дисципліни  Басій Н.Ф. ППБ

Завідувач кафедри  Басій Н. Ф. ППБ

Додаток до syllabusу

Рекомендовані джерела інформації на 2022–2023 навчальний рік

Назва теми	Рекомендовані джерела інформації до теми (Основна література; допоміжна література; інформаційні ресурси в Інтернеті)
Тема 1. Діловий імідж як феномен сучасного світу	1. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Дистанційний курс. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=4039&notifieditingon=1 2. Басій Н.Ф. Управління діловим іміджем. Вибіркова дисципліна. Конспект лекцій для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня / Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 170 с. 3. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для практичних занять для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 23 с. 4. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для самостійної роботи здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 37 с. 5. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 43 с. 6. Вовчанська О. М. Дослідження термінологічних аспектів понять “імідж” і “репутація” / Вовчанська О. М., Ільчишин І. Ю., Кубайовський Я. Я. // Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах: матеріали щорічної наукової конференції вчених Львівського торговельно-економічного університету [відповід. за вип. : проф. Семак Б. Б.]. – Львів: вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2019. - С. 150-152. 7. Вовчанська О.М. Комунікації у створенні персонального бренду / О. М. Вовчанська, Н. Р. Балук, Л. М. Бук, С. В. Скибінський // Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – Вип. 23. – С. 111-120. 8. Королько В. Г. Паблік рілейшнз: наукові основи, методика, практика : підручн. / В. Г. Королько. – К. : Видавн. дім «Скарби», 2001. – 400 с. 9. Мойсеев В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / В. А. Мойсеев. – К. : Академвидав, 2007. – 224 с. 10. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с. 11. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – К. : Знання, 2004. – 373 с. 12. Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер / Г. Г. Почепцов. – К. : ИМСО МО Украины ;Студцентр, 2001. – 256 с. 13. Смирнова Т. Моделювання рекламного іміджу : навч. посіб. / Т. Смирнова. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2005. – 166 с. 14. Альошина В. О. Новини, PR-інформація, реклама: принципи розмежування / В. О. Альошина // Наукові записки Інституту журналістики. – 2002. – Т. 7. – С. 52–56. 15. Басій Н.Ф. Напрями дослідження цільових аудиторій формування іміджу закладів вищої освіти / Н.Ф.Басій // Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / [відповід. за вип. : проф. Семак Б.Б.]. Львів : вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2021. - С. 126-127. 16. Azoury N., Daou L., El Khoury Ch. University image and its relationship to student satisfaction- case of the Middle Eastern private business schools, International strategic management review. 2014. Vol. 2.P. 1–8. 17. Chernovol-Tkachenko R. Image formation of the educational institution as a system of strategic actions / R. Chernovol- Tkachenko. – 2009. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nauka.hnpu.edu.ua/sites/default/files/fahovi%20vudannia/2009/Statti%20Pedagogika%20ta%20psukhologia%2034/15.html. 18. Mallory Stark Creating a Positive 2005, Professional Image. – Website: http://hbswk.hbs.edu/item/4860.html
Тема 2. Різновиди іміджу та їх взаємодія з репутацією та брендом	1. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Дистанційний курс. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=4039&notifieditingon=1 2. Басій Н.Ф. Управління діловим іміджем. Вибіркова дисципліна. Конспект лекцій для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 170 с. 3. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для практичних занять для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 23 с. 4. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для самостійної роботи здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 37 с. 5. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 43 с. 6. Вовчанська О. М. Дослідження термінологічних аспектів понять “імідж” і “репутація” /

	Вовчанська О. М., Ільчишин І. Ю., Кубайовський Я. Я. // Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах: матеріали щорічної наукової конференції вчених Львівського торговельно-економічного університету [відповід. за вип. : проф. Семак Б. Б.]. – Львів: вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2019. – С. 150-152. 7. Вовчанська О.М. Комунікації у створенні персонального бренду / О. М. Вовчанська, Н. Р. Балук, Л. М. Бук, С. В. Скибінський // Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – Вип. 23. – С. 111-120. 8. Мойсеев В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / В. А. Мойсеев. – К. : Академвидав, 2007. – 224 с. 9. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с. 10. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – К. : Знання, 2004. – 373 с. 11. Смирнова Т. Моделювання рекламного іміджу : навч. посіб. / Т. Смирнова. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2005. – 166 с. 12. Azoury N., Daou L., El Khoury Ch. University image and its relationship to student satisfaction- case of the Middle Eastern private business schools, International strategic management review. 2014. Vol. 2.P. 1–8. 13. Chernovol-Tkachenko R. Image formation of the educational institution as a system of strategic actions / R. Chernovol-Tkachenko. – 2009. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nauka.hnpu.edu.ua/sites/default/files/fahovi%20vudannia/2009/Statti%20Pedagogika%20ta%20psukhologia%2034/15.html. 14. Mallory Stark Creating a Positive 2005, Professional Image. – Website: http://hbswk.hbs.edu/item/4860.html
Тема 3. Імідж-мейкерство та його особливості	1. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Дистанційний курс. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=4039&notifyeditingon=1 2. Басій Н.Ф. Управління діловим іміджем. Вибіркова дисципліна. Конспект лекцій для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 170 с. 3. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для практичних занять для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 23 с. 4. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для самостійної роботи здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 37 с. 5. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 43 с. 6. Басій Н.Ф. Рекламні заходи формування іміджу ЛТЕУ / Н.Ф. Басій. // Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / [відповід. за вип.: проф. Семак Б.Б.]. - Львів : Вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2022. - С. 227-229. 7. Вовчанська О. М. Дослідження термінологічних аспектів понять “імідж” і “репутація” / Вовчанська О. М., Ільчишин І. Ю., Кубайовський Я. Я. // Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах: матеріали щорічної наукової конференції вчених Львівського торговельно-економічного університету [відповід. за вип. : проф. Семак Б. Б.]. – Львів: вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2019. – С. 150-152. 8. Вовчанська О.М. Комунікації у створенні персонального бренду / О. М. Вовчанська, Н. Р. Балук, Л. М. Бук, С. В. Скибінський // Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – Вип. 23. – С. 111-120. 9. Мойсеев В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / В. А. Мойсеев. – К. : Академвидав, 2007. – 224 с. 10. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с. 11. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – К. : Знання, 2004. – 373 с. 12. Почепцов Г. Г. Професія: іміджмейкер / Г. Г. Почепцов. – К. : ИМСО МО України ; Студцентр, 2001. – 256 с. 13. Смирнова Т. Моделювання рекламного іміджу : навч. посіб. / Т. Смирнова. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2005. – 166 с. 14. Альошина В. О. Новини, PR-інформація, реклама: принципи розмежування / В. О. Альошина // Наукові записки Інституту журналістики. – 2002. – Т. 7. – С. 52–56. 15. Azoury N., Daou L., El Khoury Ch. University image and its relationship to student satisfaction- case of the Middle Eastern private business schools, International strategic management review. 2014. Vol. 2.P. 1–8. 16. Chernovol-Tkachenko R. Image formation of the educational institution as a system of strategic actions / R. Chernovol-Tkachenko. – 2009. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nauka.hnpu.edu.ua/sites/default/files/fahovi%20vudannia/2009/Statti%20Pedagogika%20ta%20psukhologia%2034/15.html. 17. Mallory Stark Creating a Positive 2005, Professional Image. – Website: http://hbswk.hbs.edu/item/4860.html

Тема 4. Корпоративний іміджмейкінг	1. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Дистанційний курс. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=4039&notifyeditingon=1 2. Басій Н.Ф. Управління діловим іміджем. Вибіркова дисципліна. Конспект лекцій для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 170 с. 3. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для практичних занять для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 23 с. 4. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для самостійної роботи здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 37 с. 5. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 43 с. 6. Басій Н.Ф. Рекламні заходи формування іміджу ЛТЕУ / Н.Ф.Басій. // Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / [відповід. за вип.: проф. Семак Б.Б.]. - Львів : Вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2022. - С. 227-229. 7. Вовчанська О. М. Дослідження термінологічних аспектів понять “імідж” і “репутація” / Вовчанська О. М., Ільчишин І. Ю., Кубайовський Я. Я. // Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах: матеріали щорічної наукової конференції вчених Львівського торговельно-економічного університету [відповід. за вип.: проф. Семак Б. Б.]. – Львів: вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2019. – С. 150-152. 8. Вовчанська О.М. Комунікації у створенні персонального бренду / О. М. Вовчанська, Н. Р. Балук, Л. М. Бук, С. В. Скибінський // Підприємство і торгівля : збірник наукових праць. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – Вип. 23. – С. 111-120. 9. Вольперт М.В. Аналіз та напрями вдосконалення фірмового стилю ресторану «Наша Дача» / М.В. Вольперт, П.В. Шмадченко, О.Б. Жихор // Науковий вісник Ужгородського Університету. Серія Економіка. - 2022. - Вип. 1(59). - С. 73-78. URL : http://visnyk-ekon.uzhnu.edu.ua/article/view/257006 10. Кузьменко Т. С. Корпоративні герої як додаткова складова бренду / Т. С. Кузьменко // Південноукраїнський правничий часопис. – Одеса, 2009. – № 3. – С. 91–93. 11. Лозовський О.М. HR-брендинг - формування іміджу підприємства / О.М. Лозовський. - Економіка та управління підприємствами. Інфраструктура ринку, 2020. Випуск 43. - С. 201-205. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/43_2020_ukr/38.pdf 12. Мальцева О. І. Формування позитивного іміджу соціальної служби. / О.І. Мальцева // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки. - 2022. - Вип. (1349) Ч.2). - С. 140–149. веб-сайт : URL : https://doi.org/10.12958/2227-2844-2022-1(349)-2-140-149 13. Пасько М.І. Характеристика та особливості іміджу підприємства / М.І. Пасько // Економіка розвитку. - №1 (85). - 2018. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/eul81_85/e181pas.pdf 14. Мойсеев В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / В. А. Мойсеев. – К. : Академвидав, 2007. – 224 с. 15. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с. 16. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – К. : Знання, 2004. – 373 с. 17. Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер / Г. Г. Почепцов. – К. : ИМСО МО Украины ; Студцентр, 2001. – 256 с. 18. Смирнова Т. Моделирование рекламного имиджу : навч. посіб. / Т. Смирнова. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2005. – 166 с. 19. Басій Н.Ф. Напрями дослідження цільових аудиторій формування іміджу закладів вищої освіти / Н.Ф. Басій // Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / [відповід. за вип.: проф. Семак Б.Б.]. Львів : вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2021. - С. 126-127. 20. Azoury N., Daou L., El Khoury Ch. University image and its relationship to student satisfaction- case of the Middle Eastern private business schools. International strategic management review. 2014. Vol. 2.P. 1–8. 21. Chernovol-Tkachenko R. Image formation of the educational institution as a system of strategic actions / R. Chernovol-Tkachenko. – 2009. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nauka.hnpu.edu.ua/sites/default/files/fahovi%20vudannia/2009/Statti%20Pedagogika%20ta%20psukhologia%2034/15.html. 22. Mallory Stark Creating a Positive 2005, Professional Image. – Website: http://hbswk.hbs.edu/item/4860.html
Тема 5. Вплив корпоративної репутації,	1. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Дистанційний курс. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=4039&notifyeditingon=1 2. Басій Н.Ф. Управління діловим іміджем. Вибіркова дисципліна. Конспект лекцій для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 170 с.

філософії та культури на формування ділового іміджу підприємства	3. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для практичних занять для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 23 с. 4. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для самостійної роботи здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. -- Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 37 с. 5. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 43 с. 6. Басій Н.Ф.Рекламні заходи формування іміджу ЛТЕУ / Н.Ф. Басій. // Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / [відповід. за вип.: проф. Семак Б.Б.]. - Львів : Вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2022. - С. 227-229. 7. Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. — К.: Університет «Україна», 2008. — 217 с. 8. Вовчанська О. М. Дослідження термінологічних аспектів понять “імідж” і “репутація” / Вовчанська О. М., Ільчишин І. Ю., Кубайовський Я. Я. // Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах: матеріали щорічної наукової конференції вчених Львівського торговельно-економічного університету [відповід. за вип.: проф. Семак Б. Б.]. – Львів: вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2019. - 305 с. – С. 150-152. 9. Вовчанська О.М. Комунікації у створенні персонального бренду / О. М. Вовчанська, Н. Р. Балук, Л. М. Бук, С. В. Скибінський // Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – Вип. 23. – С. 111-120. 10. Вольперт М.В. Аналіз та напрями вдосконалення фірмового стилю ресторану «Наша Дача» / М.В. Вольперт, П.В. Шмадченко, О.Б. Жихор // Науковий вісник Ужгородського Університету. Серія Економіка. - 2022. - Вип. 1(59). - С. 73-78. URL : http://visnyk-ekon.uzhnu.edu.ua/article/view/257006 11. Кузьменко Т. С. Корпоративні герої як додаткова складова бренду / Т. С. Кузьменко // Південноукраїнський правничий часопис. – Одеса, 2009. – № 3. – С. 91–93. 12. Лозовський О.М. HR-брендинг - формування іміджу підприємства / О.М.Лозовський. - Економіка та управління підприємствами. Інфраструктура ринку, 2020. Випуск 43. - С.201-205. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/43_2020_ukr/38.pdf 13. Мальцева О. І. Формування позитивного іміджу соціальної служби. / О.І. Мальцева // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки. - 2022. - Вип. 1(349) Ч.2). - С. 140–149. веб-сайт : URL : https://doi.org/10.12958/2227-2844-2022-1(349)-2-140-149 14. Пасько М.І. Характеристика та особливості іміджу підприємства / М.І. Пасько // Економіка розвитку. - №1 (85). - 2018. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/eu181_85/e181pas.pdf 15. Ковальчук А. С. Основы имиджологии и делового общения : учеб.пособ. для студ. вузов / А. С. Ковальчук. – Ростов н/Д : Феникс, 2003. – 224 с. 16. Королько В. Г. Паблік рілейшнз: наукові основи, методика, практика : підручн. / В. Г. Королько. – К. : Видавн. дім «Скарби», 2001. – 400 с. 17. Мойсеев В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / В. А. Мойсеев. – К. : Академвидав, 2007. – 224 с. 18. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с. 19. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – К. : Знання, 2004. – 373 с. 20. Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер / Г. Г. Почепцов. – К. : ИМСО МО Украины ; Студцентр, 2001. – 256 с. 21. Смирнова Т. Моделирование рекламного имиджу : навч. посіб. / Т. Смирнова. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2005. – 166 с. 22. Басій Н.Ф. Напрями дослідження цільових аудиторій формування іміджу закладів вищої освіти / Н.Ф.Басій // Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / [відповід. за вип.: проф. Семак Б.Б.]. Львів : вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2021. - С. 126-127. 23. Azoury N., Daou L., El Khoury Ch. University image and its relationship to student satisfaction- case of the Middle Eastern private business schools, International strategic management review. 2014. Vol. 2.P. 1–8. 24. Chernovol-Tkachenko R. Image formation of the educational institution as a system of strategic actions / R. Chernovol-Tkachenko. – 2009. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nauka.hnpu.edu.ua/sites/default/files/fahovi%20vudannia/2009/Statti%20Pedagogika%20ta%20psukhologia%2034/15.html. 25. Mallory Stark Creating a Positive 2005, Professional Image. – Website: http://hbswk.hbs.edu/item/4860.html
Тема 6. Складові внутрішнього та	1. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Дистанційний курс. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=4039&notifyeditingon=1 2. Басій Н.Ф. Управління діловим іміджем. Вибіркова дисципліна. Конспект лекцій для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-

зовнішнього ділового іміджу підприємства	економічного Університету, 2022. - 170 с. 3. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для практичних занять для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 23 с. 4. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для самостійної роботи здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 37 с. 5. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 43 с. 6. Басій Н.Ф.Рекламні заходи формування іміджу ЛТЕУ / Н.Ф. Басій. // Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / [відповід. за вип.: проф. Семак Б.Б.]. - Львів : Вид-во Львівського торгове льон-економічного університету, 2022. - С. 227-229. 7. Вольперт М.В. Аналіз та напрями вдосконалення фірмового стилю ресторану «Наша Дача» / М.В. Вольперт, П.В. Шмадченко, О.Б. Жихор // Науковий вісник Ужгородського Університету. Серія Економіка. - 2022. - Вип. 1(59). - С. 73-78. URL : http://visnyk-ekon.uzhnu.edu.ua/article/view/257006 8. Кузьменко Т. С. Корпоративні герої як додаткова складова бренду / Т. С. Кузьменко // Південноукраїнський правничий часопис. – Одеса, 2009. – № 3. – С. 91–93. 9. Лозовський О.М. HR-брендинг - формування іміджу підприємства / О.М.Лозовський. - Економіка та управління підприємствами. Інфраструктура ринку, 2020. Випуск 43. - С.201-205. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/43_2020_ukr/38.pdf 10. Мальцева О. І. Формування позитивного іміджу соціальної служби. / О.І. Мальцева // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки. - 2022. - Вип. 1(349) Ч.2). - С. 140–149. веб-сайт : URL : https://doi.org/10.12958/2227-2844-2022-1(349)-2-140-149 11.Пасько М.І. Характеристика та особливості іміджу підприємства / М.І. Пасько // Економіка розвитку. - №1 (85). - 2018. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/eu181_85/e181pas.pdf 12.Мойсеев В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / В. А. Мойсеев. -- К. : Академвидав, 2007. – 224 с. 13.Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. виш. навч. закл. / Ю. І. Палеха. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с. 14.Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – К. : Знання, 2004. – 373 с. 15.Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер / Г. Г. Почепцов. – К. : ИМСО МО Украины ;Студцентр, 2001. – 256 с. 16.Смирнова Т. Моделирование рекламного іміджу : навч. посіб. / Т. Смирнова. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2005. – 166 с. 17.Альошина В. О. Новини, PR-інформація, реклама: принципи розмежування / В. О. Альошина // Наукові записки Інституту журналістики. – 2002. – Т. 7. – С. 52–56. 18.Azoury N., Daou L., El Khoury Ch. University image and its relationship to student satisfaction- caseof the Middle Eastern private business schools, International strategic management review. 2014. Vol. 2.P. 1–8. 19.Chernovol-Tkachenko R. Image formation of the educational institution as a system of strategic actions / R. Chernovol-Tkachenko. – 2009. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nauka.hnpu.edu.ua/sites/default/files/fahovi%20vudannia/2009/Statti%20Pedagogika%20ta%20psukhologia%2034/15.html. 20.Mallory Stark Creating a Positive 2005, Professional Image. – Website: http://hbswk.hbs.edu/item/4860.html
Тема 7. Особистий діловий імідж	1. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Дистанційний курс. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=4039&notifyeditingon=1 2. Басій Н.Ф. Управління діловим іміджем. Вибіркова дисципліна. Конспект лекцій для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 170 с. 3. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для практичних занять для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 23 с. 4. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для самостійної роботи здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 37 с. 5. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 43 с. 6. Басій Н.Ф.Рекламні заходи формування іміджу ЛТЕУ / Н.Ф. Басій // Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / [відповід. за вип.: проф. Семак Б.Б.]. - Львів : Вид-во Львівського торгове льон-економічного університету, 2022. - С. 227-229. 7. Вовчанська О. М. Дослідження термінологічних аспектів понять “імідж” і “репутація” /

	Вовчанська О. М., Ільчишин І. Ю., Кубайовський Я. Я. // Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах: матеріали щорічної наукової конференції вчених Львівського торговельно-економічного університету [відповід. за вип. : проф. Семак Б. Б.]. – Львів: вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2019. – 305 с. – С. 150-152. 8. Вовчанська О.М. Комунікації у створенні персонального бренду / О. М. Вовчанська, Н. Р. Балук, Л. М. Бук, С. В. Скибінський // Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – Вип. 23. – С. 111-120. 9. Мойсеев В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / В. А. Мойсеев. – К. : Академвидав, 2007. – 224 с. 10. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. виш. навч. закл. / Ю. І. Палеха. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с. 11. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – К. : Знання, 2004. – 373 с. 12. Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер / Г. Г. Почепцов. – К. : ИМСО МО Украины ; Студцентр, 2001. – 256 с. 13. Смирнова Т. Моделирование рекламного имиджу : навч. посіб. / Т. Смирнова. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2005. – 166 с. 14. Басій Н.Ф. Напрями дослідження цільових аудиторій формування іміджу закладів вищої освіти / Н.Ф. Басій // Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / [відповід. за вип. : проф. Семак Б.Б.]. Львів : вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2021. – С. 126-127. 15. Рябова Т.А. Роль іміджу у забезпеченні ринкового успіху підприємства / Т.А. Рябова, Н.Ю. Восило // Ефективна економіка. Руденко І. В., Кулинич Т. В., Непран А. В. http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/109.pdf 16. Примак Т.Ю. Сутнісний підхід до формування іміджу туристичної дестинації / Т.Ю. Примак, М.Л. Павленко // Ефективна економіка. – 2002. – №2. – Дніпро : Дніпровський державний аграрно-економічний університет. Вид-во ТОВ "ДКС-Центр". URL : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10007 17. Руденко І. В. Імідж торговельного підприємства: підходи до його формування. / І.В.Руденко, Т.В. Кулинич, А.В.Непран. - Бізнес Інформ., 2020. №4. - С. 464–471. 18. Сальнікова Л. Імідж і репутація: схожість та відмінності / Л. Сальнікова // Корпоративная имиджология. – 2007. – № 1. – С. 25–27. 19. Синиця С.М. Особливості формування іміджу підприємства як чинник конкурентоспроможності на зовнішніх ринках / С.М. Синиця, О.В. Вакун, Т.П. Фурса // Причорноморські економічні студії. Економіка та управління підприємствами. -- [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://bses.in.ua/journals/2019/38_1_2019/30.pdf 20. Смирнова Т. В. Когнітивні механізми формування рекламного іміджу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 «Журналістика» / Т. В. Смирнова. – К., 2003. – 24 с. 21. Смирнова Т. В. Механізми впливу рекламного іміджу на соціальну поведінку реципієнта. - [Електронний ресурс] / Т. В. Смирнова. – Режим доступу : http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1513. 22. Смирнова Т. В. Моделирование рекламного имиджу : навч. посіб. / Т. В. Смирнова. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2005. – 166 с. 23. Смирнова Т. В. Структура, ознаки та функції рекламного іміджу. - [Електронний ресурс] / Т. В. Смирнова. – Режим доступу : http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1592. 24. Таран-Лала О.П. Імідж підприємства як фактор впливу на його конкурентоспроможність / О.П. Таран-Лала, М.В.Зось-Кіор, М.М.Андрусенко // Агросвіт. - №7. - 2020. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.agrosvit.info/pdf/7_2020/4.pdf 25. Хавкіна Л.М. Іміджологія : навч.-метод. пос. для студ. зі спец. «Журналістика» / Л.М. Хавкіна. — Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2013. — 64 с 26. Холод О. М. Зв'язок психолінгвістичного інструментарію ЗМІ з технологіями маркетингової комунікації при іміджуванні політиків [Електронний ресурс] / О. М. Холод // Наукові записки Інституту журналістики. – Т. 20. – Режим доступу : http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1414. 27. Azoury N., Daou L., El Khoury Ch. University image and its relationship to student satisfaction- case of the Middle Eastern private business schools, International strategic management review. 2014. Vol. 2.P. 1–8. 28. Chernovol-Tkachenko R. Image formation of the educational institution as a system of strategic actions / R. Chernovol-Tkachenko. – 2009. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nauka.hnpu.edu.ua/sites/default/files/fahovi%20vudannia/2009/Statti%20Pedagogika%20ta%20psukhologia%2034/15.html. 29. Mallory Stark Creating a Positive 2005, Professional Image. – Website: http://hbswk.hbs.edu/item/4860.html
Тема 8. Інструменти формування ділового іміджу	1. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Дистанційний курс. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=4039&notifieditingon=1 2. Басій Н.Ф. Управління діловим іміджем. Вибіркова дисципліна. Конспект лекцій для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. - 170 с.

3. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для практичних занять для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. – 23 с.
4. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для самостійної роботи здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. – 37 с.
5. Басій Н. Ф. Управління діловим іміджем. Методичні вказівки та завдання для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня/ Н.Ф. Басій. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного Університету, 2022. – 43 с.
6. Басій Н.Ф.Рекламні заходи формування іміджу ЛТЕУ / Н.Ф.Басій. // Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / [відповід. за вип.: проф. Семак Б.Б.]. - Львів : Вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2022. - С. 227-229.
7. Мойсеев В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / В. А. Мойсеев. – К. : Академвидав, 2007. – 224 с.
8. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с.
9. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – К. : Знання, 2004. – 373 с.
- 10.Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер / Г. Г. Почепцов. – К. : ИМСО МО Украины ;Студцентр, 2001. – 256 с.
- 11.Смирнова Т. Моделювання рекламного іміджу : навч. посіб. / Т.Смирнова. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2005. – 166 с.
- 12.Альошина В. О. Новини, PR-інформація, реклама: принципи розмежування / В. О. Альошина // Наукові записки Інституту журналістики. – 2002. – Т. 7. – С. 52–56.
- 13.Примак Т.Ю. Сутнісний підхід до формування іміджу туристичної дестинації / Т.Ю. Примак, М.Л. Павленко // Ефективна економіка. - 2002. - №2. - Дніпро : Дніпровський державний аграрно-економічний університет. Вид-во ТОВ "ДКС-Центр". веб-сайт : URL :<http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=10007>
- 14.Руденко І. В. Імідж торговельного підприємства: підходи до його формування. / І.В.Руденко, Т.В. Кулинич, А.В. Непран. - Бізнес Інформ., 2020. №4. - С. 464–471.
- 15.Рябова Т.А. Роль іміджу у забезпеченні ринкового успіху підприємства / Т.А. Рябова, Н.Ю. Воеділо // Ефективна економіка. Руденко І. В., Кулинич Т. В., Непран А. В. http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/12_2020/109.pdf
- 16.Сальнікова Л. Імідж і репутація: схожість та відмінності / Л. Сальнікова // Корпоративная имиджология. – 2007. – № 1. – С. 25–27.
- 17.Синиця С.М. Особливості формування іміджу підприємства як чинник конкурентоспроможності на зовнішніх ринках / С.М. Синиця, О.В. Вакун, Т.П. Фурса // Причорноморські економічні студії. Економіка та управління підприємствами. -- [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://bses.in.ua/journals/2019/38_1_2019/30.pdf
- 18.Смирнова Т. В. Когнітивні механізми формування рекламного іміджу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 «Журналістика» / Т. В. Смирнова. – К., 2003. – 24 с.
- 19.Смирнова Т. В. Механізми впливу рекламного іміджу на соціальну поведінку реципієнта. - [Електронний ресурс] / Т. В. Смирнова. – Режим доступу :<http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1513>.
- 20.Смирнова Т. В. Моделювання рекламного іміджу : навч. посіб. / Т. В. Смирнова. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2005. – 166 с.
- 21.Смирнова Т. В. Структура, ознаки та функції рекламного іміджу. - [Електронний ресурс] / Т. В. Смирнова. – Режим доступу :<http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1592>.
- 22.Таран-Лала О.П. Імідж підприємства як фактор впливу на його конкурентоспроможність / О.П. Таран-Лала, М.В. Зось-Кіор, М.М. Андрусенко // Агросвіт. - №7. - 2020. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.agrosvit.info/pdf/7_2020/4.pdf
- 23.Хавкіна Л.М. Іміджологія : навч.-метод. пос. для студ. зі спец. «Журналістика» / Л.М. Хавкіна. — Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2013. — 64 с
- 24.Холод О. М. Зв'язок психолінгвістичного інструментарію ЗМІ з технологіями маркетингової комунікації при іміджуванні політиків [Електронний ресурс] / О. М. Холод // Наукові записки Інституту журналістики. – Т. 20. – Режим доступу :<http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1414>.
- 25.Azoury N., Daoü L., El Khoury Ch. University image and its relationship to student satisfaction- case of the Middle Eastern private business schools, International strategic management review. 2014. Vol. 2.P. 1–8.
- 26.Chernovol-Tkachenko R. Image formation of the educational institution as a system of strategic actions / R. Chernovol-Tkachenko. – 2009. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nauka.hnpu.edu.ua/sites/default/files/fahovi%20vudannia/2009/Statti%20Pedagogika%20ta%20psukhologia%2034/15.html>.
- 27.Mallory Stark Creating a Positive 2005, Professional Image. – Website: <http://hbswk.hbs.edu/item/4860.html>