

**Міністерство освіти і науки України**  
**Житомирський державний університет імені Івана Франка**  
**Кафедра образотворчого мистецтва та дизайну**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

**Обов'язкової освітньої компоненти**

**Нетворкінг і лідерство в дизайн-діяльності**

**для підготовки здобувачів  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

<b>Галузь знань</b>	<b>02 Культура і мистецтво</b>
<b>Спеціальність</b>	<b>022 Дизайн</b>
<b>Предметна спеціальність</b>	<b>-</b>
<b>Спеціалізація</b>	<b>022.01 Графічний дизайн</b>
<b>Освітня програма</b>	<b>Графічний дизайн</b>
<b>ННІ</b>	<b>Педагогіки</b>

Укладач: д.філос.н., професор, Поліщук Олена

Розглянуто та схвалено

На засіданні кафедри образотворчого мистецтва та дизайну

Протокол від «7» січня 2025 р. № 8

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ Оксана ПІДДУБНА

Житомир 2025

*Рекомендовано до друку рішенням вченої ради Житомирського державного  
університету імені Івана Франка  
від «3» лютого 2025 р. (Протокол № 2)*

**Рецензенти:**

**Оленіна Олена** – доктор мистецтвознавства, професор, завідувач кафедри дизайну та образотворчого мистецтва Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова.

**Костюк Ольга** – кандидат філософських наук, доцент, завідувач кафедри дизайну ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка» (м. Полтава).

**Піддубна Оксана** – кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри образотворчого мистецтва та дизайну Житомирського державного університету імені Івана Франка.

Методичні рекомендації до організації самостійної роботи обов'язкової освітньої компоненти «Нетворкінг і лідерство в дизайн-діяльності» для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, галузь знань 02 Культура і мистецтво, спеціальність 022 Дизайн, спеціалізація 022.01 Графічний дизайн, освітня програма Графічний дизайн /уклад. Поліщук О.П. Житомир: Вид-во ЖДУ, 2025. 15 с.

Запропоновані методичні рекомендації до організації самостійної роботи обов'язкової освітньої компоненти «Нетворкінг і лідерство в дизайн-діяльності» укладені для підготовки здобувачів I курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, галузь знань 02 Культура і мистецтво, спеціальність 022 Дизайн, спеціалізація 022.01 Графічний дизайн, освітня програма Графічний дизайн.

Вони будуть корисні для здобувачів ЗВО й усіх зацікавлених у цій проблематиці.

©Поліщук О. П., 2025

©Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2025

## ЗМІСТ

Пояснювальна записка	4
Перелік питань і тем для самостійного опрацювання та індивідуального виконання	5
Понятійний апарат теми	6
Перелік видів роботи з рекомендаціями щодо їх проведення	8
Завдання для модульних контрольних робіт, самоконтролю, тести	10
Рекомендована література	15

## ПЕРЕДМОВА

Освітня компонента «Нетворкінг і лідерство в дизайн-діяльності» є важливою у підготовці фахівця з дизайну. Вона відноситься до обов'язкових освітніх компонент освітньої програми Графічний дизайн. Основною метою вивчення цієї освітньої компоненти є оволодіння теоретичними та практичними аспектами про особливості та зміст нетворкінгу та лідерства в освіті; формування загальних, спеціальних (фахових) компетентностей щодо професійної діяльності здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у галузі нетворкінгу та лідерства; реалізація особистого творчого потенціалу здобувачів вищої освіти в процесі засвоєння та опанування на практиці знань з історії, теорії нетворкінгу та лідерства в освіті.

За вимогами освітньо-професійної програми передбачено у межах цієї освітньої компоненти опанування теоретичними знаннями та набуття практичних навичок з основ теорії дизайну. У межах цього навчального курсу реалізовується, як основні завдання, наступне: ознайомити студентів з теоретичними та практичними основами з нетворкінгу та лідерства в освіті; оволодіти сучасними базовими поняттями та термінами з нетворкінгу та лідерства та їх використанням в майбутній діяльності; формувати в здобувачів вищої освіти загальних, спеціальних (фахових) компетентностей і компетенцій для практичної готовності щодо реалізації лідерських якостей, розвивати культуру взаємної довіри і поваги, об'єднувати зусилля для досягнення спільної мети тощо; розпізнавати основні стилі лідерства, теорії лідерської поведінки, види управлінської майстерності; стимулювати розвиток культури взаємної довіри і поваги, уміння делегувати, приймати спільні рішення; виховувати цінності у майбутніх фахівців через розуміння нетворкінгу як мистецтва комунікації, вибудови міцних ділових зв'язків, що ґрунтуються на взаємовигідній співпраці; працьовитість, відповідальність до виконання завдань освітньої компоненти, дисциплінованість, самостійність.

Дана освітня компонента має наступні модулі: Модуль I. Нетворкінг і лідерство в дизайн-діяльності. За змістом тематика і завдання самостійної роботи з навчального курсу спрямовують здобувачів вищої освіти на наступне: вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово з професійних питань, формувати різні типи документів професійного спрямування згідно з вимогами культури усного і писемного мовлення; розуміти і сумлінно виконувати свою частину роботи в команді; визначати пріоритети професійної діяльності; усвідомлювати відповідальність за якість виконуваних робіт, забезпечувати виконання завдання на високому професійному рівні; використовувати у професійній діяльності прояви української ментальності, історичної пам'яті, національної самоідентифікації та творчого самовираження; застосовувати історичний досвід, а також успішні українські та зарубіжні художні практики; враховувати властивості матеріалів та конструктивних побудов, застосовувати новітні технології у професійній діяльності; розробляти та представляти результати роботи у професійному середовищі, розуміти етапи досягнення успіху в професійній кар'єрі, враховувати сучасні тенденції ринку праці, проводити дослідження ринку, обирати відповідну бізнес-модель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у сфері дизайну; знати основи запобігання корупції, суспільної та академічної доброчесності на рівні, необхідному для формування нетерпимості до корупції та проявів недоброчесної поведінки серед здобувачів освіти та вміти застосовувати їх в професійній діяльності.

### *Загальні положення*

- Самостійна робота з освітньої компоненти має мету: освоєння, поглиблення, узагальнення та перспективне бачення напрямків дисципліни, набуття вмінь і навичок в професійній роботі. До самостійної роботи студента при вивченні цієї освітньої компоненти, крім самостійних занять з опрацювання матеріалу, вивчення літератури, входить виконання проєктів, в тому числі графічних робіт, які виконуються на основі консультацій викладача.
- Завдання самостійної роботи: розвиток у здобувачів вищої освіти вміння аналізувати дизайн-рішення, виділяти і враховувати в роботі головне, комплексно розглядати всі

питання, пов'язані з базисними завданнями для подальшого професійного дизайн-проекування, самостійно вирішувати наявні проблеми.

- Здобувач/здобувачка вищої освіти в самостійній роботі користується особистими конспектами, рекомендованою літературою, методично-учбовими матеріалами, результатами особистого аналізу практики дизайн-проекування, а також керується при потребі консультаціями викладача. Він/вона використовує різні прийоми для подання матеріалу.

Загальні *методичні вказівки до організації самостійної роботи* наступні. Детально ознайомившись із курсом практичних завдань та цими рекомендаціями при самостійній роботі необхідно користуватися рекомендованими літературними джерелами, що допомагають глибоко вивчити проблематику кожної теми, запропонованої в курсі вивчення, можна також додатково здійснювати пошук інших джерел самостійно, враховуючи індивідуальний дослідницький інтерес кожного та креативні запити. Необхідно дати відповідь про основні поняття теми, виконати завдання, здійснювати й дослідницькі проекти, дизайн-проекти, що запропоновані у межах тем навчального курсу, їх результати фіксуються у різних формах: реферати, аналітичні довідки, презентації тощо, розробка яких має здійснюватися із дотриманням вимог усного і писемного мовлення та демонстрацією культури використання фахової термінології з, а також демонстрацією досягнень дизайнерської практики, культурно-мистецьких здобутків. І здійснивши на етапах вивчення навчального курсу запропоновані види роботи, здобувач/здобувачка вищої освіти може приступити до виконання модульної контрольної роботи.

*Критерії оцінювання результатів самостійної роботи:* оцінювання здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про критерії та порядок оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти Житомирського державного університету імені Івана Франка згідно з Європейською кредитною трансферно-накопичувальною системою» [https://zu.edu.ua/offic/ocinjuvannya\\_zvo.pdf](https://zu.edu.ua/offic/ocinjuvannya_zvo.pdf).

## ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ І ТЕМ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ ТА ІНДИВІДУАЛЬНОГО ВИКОНАННЯ

№ п/п	Назва теми
1.	Професійні стосунки та комунікація. Поняття нетворкінгу та лідерства.
2.	Лідерство як риса діяльності управлінської команди.
3.	Теорії лідерства.
4.	Етика лідерства
5.	Лідер як носій влади. Ефективне лідерство.
6.	Тенденції та виклики, що формують майбутніх лідерів у дизайнерській діяльності.
7.	Нетворкінг: мистецтво переконання та комунікації.
8.	Управління якістю роботи в самоосвіті та просвіті майбутнього дизайнера.
Всього:	

### ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ

Тема 1. Професійні стосунки та комунікація. Поняття нетворкінгу та лідерства.

Професійні стосунки та комунікація. Типи професійних стосунків. Професійна етика. Академічна доброчесність. Поняття «нетворкінг» та «лідерство», їх значення. Відмінності між керівництвом та лідерством. Природа лідерства та його складники. Стилi лідерства. Формування лідерства як риси поведінки людини. Функції лідерства.

Тема 2. Лідерство як риса діяльності управлінської команди.

Корпоративна культура. Лідерство як риса діяльності управлінської команди. Роль керівника в розвитку етичної культури та дотриманні етичних норм. Імідж як складник діяльності управлінської команди. Організаційні бар'єри в керівництві. Цінності, спілкування і свобода. Створення атмосфери довіри. Трансформаційне лідерство. Розвиток лідерського потенціалу.

Харизматичне лідерство. Надихаюче лідерство. Приклад для наслідування. Розвиток особистості сучасного лідера.

Тема 3. Теорії лідерства.

Класичні теорії лідерства. Сучасні теорії лідерства. Риси лідера. Теорія особливостей лідерства. Теорія лідерської поведінки. Теорія випадкового (ситуативного) лідерства. Лідерство як спосіб життя.

Тема 4. Етика лідерства.

Імідж керівника лідера та його складові. Значення цінностей. Репутація організації. Корпоративна етика. Резонансне лідерство та його психологічні основи. Гендерні аспекти лідерства.

Тема 5. Лідер як носій влади. Ефективне лідерство.

Лідер як служитель: доступність, спілкування, підтримка. Філософія партисипативного управління. Лідерство як засіб вдосконалення процесу управління. Типи природних лідерів. Структура образу лідера. Способи позиціонування лідерських якостей: бажання діяти, відповідальність, почуття залученості, самодисципліна. Лідерство і емоційний інтелект. Лідерство і емпатія. Лідерство і здатність чути. Лідерство і впевненість. Особисті якості та портфоліо лідера. Мораль у професійній діяльності. Підвищення моральних цінностей колективу. Моральність на робочому місці та роль лідера. Корпоративна культура в системі управління освітнього закладу. Мистецтво слухати. Важливість слухати для розвитку лідерських навичок.

Тема 6. Тенденції та виклики, що формують майбутніх лідерів у дизайнерській діяльності.

Штучний інтелект та технології. Темп змін. Глобалізація. Нове середовище талантів. Етичність та прозорість. Парадигми взаємозалежності. Міжособистісне лідерство. Критика та її сприйняття. Високі моральні стандарти.

Тема 7. Нетворкінг: мистецтво переконання та комунікації.

Елементи мистецтва переконання. Стили конфліктів. Лідерство і різноманітність. Значення толерантності. Структура, властивості ораторської мови. Оцінка аудиторії. Вербальна й візуальна адаптація. Подолання оратором нервозності. Техніка ефективного публічного виступу. Схеми виступів. Час і правила концентрації уваги аудиторії. Ефективні прийоми впливу на масову поведінку. Мовні стратегії в публічних виступах. Сугестивні методики.

Тема 8. Управління якістю роботи в самоосвіті та просвіті майбутнього дизайнера.

Визначення цілей виконання. Проведення огляду за якістю виконання. Професійне виконання. Бенчмаркінг. Організаційний успіх. Поліпшення виконання через зміну поведінки. Дотримання дисципліни. Запобігання «професійному вигоранню».

## ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ ТЕМИ

**Методичні рекомендації:** розглянути зміст наведених понять, використавши різні інформаційні джерела, за потреби здійснити їх конспектування, враховуючи вимоги культури усного і писемного мовлення української мови; академічної доброчесності.

**Тема: Професійні стосунки та комунікація. Поняття нетворкінгу та лідерства**

*Основні поняття теми:* професійні стосунки, офіційно-ділові стосунки, неофіційно-ділові стосунки, професійна комунікація, нетворкінг, лідер, лідерство.

**Зразок** фіксації при конспектуванні поняття «офіційно-ділові стосунки» та усній відповіді при окресленні його змісту: *офіційно-ділові стосунки – це тип зносин людей, які виникають у їхній професійній діяльності при безпосередньому виконанні професійних, службових обов'язків на робочому місці у робочий час. Вони виникають між керівником і підлеглими; колегами; працівником і клієнтами фірми, організації тощо, а також між працівником та поставниками продукції, підрядниками та ін. У таких стосунках є чітка ієрархія та правила, залежні від посади працівника. Вони регулюються умовами трудової угоди, контракту між працівником і наймачем, правилами внутрішнього розпорядку фірми чи організації. Прикладом подібних стосунків є взаємодія здобувачів вищої освіти та надавачів освітніх послуг у закладі вищої освіти; працівників дизайнерського бюро або рекламної агенції при виконанні їхніх професійних, службових обов'язків. (Цей зразок за оформленням є чинним стосовно усіх наступних тем цієї освітньої компоненти).*

**Тема: Лідерство як риса діяльності управлінської команди**

*Основні поняття теми:* корпоративна культура, професійна етика, управлінська команда в дизайн-діяльності, формальний лідер, імідж.

**Зразок** фіксації при конспектуванні поняття «формальний лідер» та усній відповіді при окресленні його змісту: *формальний лідер - це посадова особа, що керує трудовим колективом або якоюсь його ланкою і виступає членом управлінської команди; як приклад в дизайн-діяльності: це керівник дизайнерського бюро, дизайнерської студії.*

**Тема: Теорії лідерства**

*Основні поняття теми:* теорія лідерства, авторитарний стиль керування, демократичний стиль керування, ліберальний стиль керування.

**Зразок** фіксації при конспектуванні поняття «авторитарний стиль керування» та усній відповіді при окресленні його змісту: *авторитарний стиль керування – це стиль поведінки керівника, як представника управлінської команди фірми, при взаємодії із підлеглими, при якому фіксується чітка ієрархічна структура взаємодії з ними, меншовагтється думка неформальних лідерів колективу про проблеми в колективі або тенденції розвитку галузі виробництва чи послуг і пов'язані із цим ризики діяльності, вимагається жорстко дотримуватися посадових інструкцій, графіків виконання службових доручень, ведення значних обсягів документообігу та ін.*

**Тема: Етика лідерства**

*Основні поняття теми:* імідж, репутація організації (фірми), імідж дизайнера, конфлікт у колективі, трудовий спор.

**Зразок** фіксації при конспектуванні поняття «імідж дизайнера» та усній відповіді при окресленні його змісту: *імідж дизайнера – це його статус у професійному середовищі, засвідчений якістю його творчого доробку і наданих послуг.*

**Тема: Лідер як носій влади. Ефективне лідерство**

*Основні поняття теми:* портфоліо дизайнера, відповідальність, обов'язок, професійні обов'язки, службові обов'язки.

**Зразок** фіксації при конспектуванні поняття «портфоліо дизайнера» та усній відповіді при окресленні його змісту: *портфоліо дизайнера - це набір творчих робіт автора чи виконаних ним проєктів з дизайну; іншими словами, це його кейс або «творчий портфель» для ідентифікації як фахівця у галузі дизайн-діяльності.*

**Тема: Тенденції та виклики, що формують майбутніх лідерів у дизайнерській діяльності**

*Основні поняття теми:* ефективна діяльність у дизайні, ефективне лідерство у дизайні, професійне спілкування, професійне спілкування дизайнера.

**Зразок** фіксації при конспектуванні поняття «професійне спілкування» та усній відповіді при окресленні його змісту: *професійне спілкування – це вид спілкування людей конкретної професії між собою у різних ситуаціях, зокрема при виконання службових/посадових обов'язків, при зносинах із клієнтами або посередниками у професійній діяльності, при захисті своїх професійних інтересів серед широкого загалу та формування громадської думки про дану професію тощо.*

**Тема: Нетворкінг: мистецтво переконання та комунікації**

*Основні поняття теми:* толерантність у комунікації, інтолерантність у комунікації, ділове спілкування, неформальне спілкування, ділові стосунки, неформальні стосунки, дизайн-діяльність.

**Зразок** фіксації при конспектуванні поняття «інтолерантність у комунікації» та усній відповіді при окресленні його змісту: *інтолерантність у комунікації – це якість спілкування, для якої властиве некоректне ставлення до співрозмовника чи невміння дотримуватись прийнятих у суспільстві норм поведінки при спілкуванні, зокрема застосування невічливого звернення, ужиток нецензурних слів або лайки, запанібратство або грубість, демонстрація ворожості та іншого.*

**Тема: Управління якістю роботи в дизайні, в самоосвіті та просвіті майбутнього дизайнера**

*Основні поняття теми:* адресант у професійній комунікації, самоосвіта дизайнера, просвіта майбутнього дизайнера, концентрація уваги, вербальне повідомлення у графічному дизайні, візуальне повідомлення у графічному дизайні, публічний виступ.

**Зразок** фіксації при конспектуванні поняття «самоосвіта дизайнера» та усній відповіді при окресленні його змісту: *самоосвіта дизайнера – це важлива складова професійного зростання фахівця у галузі дизайну, що може здійснюватися у різних формах, зокрема на основі неформальної чи інформальної освіти; при зверненні молодого дизайнера до поглиблення власних компетенцій завдяки проходженню додаткових курсів, наприклад на платформах Coursera, Creative practice, Prometheus тощо, фіксується зростання його професійних знань, умінь, навичок, а це сприятиме його професійному зростанню і кар'єрі.*

## ПЕРЕЛІК ВИДІВ РОБОТИ З РЕКОМЕНДАЦІЯМИ ЩОДО ЇХ ПРОВЕДЕННЯ

### 1. Тематика презентацій/рефератів/біографічних довідок/відеороликів тощо:

- Спектр визначень поняття «нетворкінг».
- Спектр визначень поняття «лідер».
- Спектр визначень поняття «неформальний лідер».
- Спектр визначень поняття «формальний лідер».
- Спектр визначень поняття «професійна етика».
- Спектр визначень поняття «корпоративна етика».
- Походження нетворкінгу як виду людської діяльності.
- Відомі дизайнери як лідери у професійній творчій діяльності
- Лідер і стиль керування.
- Трансформаційне лідерство.
- Харизматичне лідерство.
- Теорія особливостей лідерства.
- Теорія лідерської поведінки.
- Теорія випадкового (ситуативного) лідерства.
- Корпоративний імідж у професійній діяльності.
- Корпоративний стиль дизайнерського бюро.
- Організаційна структура дизайнерської агенції.
- Організаційна структура дизайнерського бюро.
- Організаційна структура рекламного бюро.
- Професійні функції дизайнера у рекламному агентстві.
- Професійні функції графічного дизайнера у діяльності типографії.
- Соціальні мережі та їх роль у популяризації сучасного дизайнера та митця.
- Професійні майданчики для порфоліо дизайнерів.
- Фріланс у дизайні та його проблеми.
- Особисте резюме дизайнера та шляхи його формування (*пошук резюме дизайнера здійснюється самостійно*).
- Аналіз порфоліо відомого українського дизайнера (*пошук порфоліо дизайнера здійснюється самостійно*).
- Резонансне лідерство та його психологічні основи.
- Гендерні аспекти лідерства.
- Філософія партисипативного управління.
- Типи природних лідерів.
- Неєфективне лідерство у дизайні.
- Мовні стратегії в публічних виступах. Вербальна й візуальна адаптація для подолання оратором нервозності.
- Техніка ефективного публічного виступу.
- Час і правила концентрації уваги аудиторії. Сугестивні методики спілкування у професійній сфері.
- Роль неофіційно-ділового спілкування для створення позитивного іміджу працівника.
- Лідерство і емоційний інтелект.
- Лідерство і емпатія.
- Бенчмаркінг.
- Ле Корбузьє та його лідерські якості.
- Успішні дизайнери швейцарської школи дизайну.
- Творчі здобутки групи Push Pin.
- Мій улюблений український дизайнер.



- Мій улюблений графічний японський дизайнер.
- Мій улюблений німецький дизайнер.
- Мій улюблений графічний французький дизайнер.
- Здобутки відомого українського дизайнерського бюро.
- Невілл Броуді.
- Девід Карлсон.
- Фірми-лідери в дизайнерській діяльності України.
- Виклики сучасного українського дизайну: проблема кадрового голоду.

*Методична рекомендація: презентація створюється в кількості 10-15 слайдів, на останньому з них вказується список використаних джерел. Реферат укладається на білому папері формату А4, оформлення стандартне, обсяг – 15-20 тисяч знаків із пробілами. Використані джерела за порядком цитування, якщо наводяться цитати, або в алфавітному порядку. Біографічна довідка має за мету розлого пояснити спонуки творчості дизайнера, основні етапи його діяльності, його здобутки і невдалі дизайнерські рішення, винагороди та ін. Вона може укладатися у формі презентації, відеоролику (посилання на джерела запозичення є обов'язковим з метою дотримання академічної доброчесності та уникнення плагіату). Мова введення тексту – українська, англійська (за потреби); дотримання правил правопису є обов'язковим. Студент/студентка може представити результати своїх досліджень на практичному занятті для обговорення і дискусії, тоді він претендує на високу оцінку результатів свого проєкту. Апробація результатів дослідницьких проєктів може відбуватись і на інших інформаційних майданчиках.*

## 2. Завдання

Завдання 1. Ознайомитись із портфоліо української дизайнерки та здійснити його аналіз. Інформаційний ресурс: <https://www.barabooka.com.ua/polina-doroshenko/>

Завдання 2. Ознайомитись із резюме українського дизайнера та здійснити його аналіз.

Сергій Юрченко

### **3D візуалізатор**

повна зайнятість, неповна зайнятість, віддалена робота

Вік: **36** років

Цікавлять вакансії у містах Львів, Київ, Польща, інші країни:

### **Контактна інформація**

### **Додаткова інформація**

Більше 10-ти років досвіду роботи з 2D та 3D графікою.

Маю значний досвід у підготовці файлів для поліграфічної продукції та ріжучих плотерів, у виробництві зовнішньої реклами, створенні моделей для 3D-принтерів та фрезерування на станках з ЧПУ, а також у розробці веб-сайтів.

Переважно займаюсь 3D графікою - моделювання, скульптинг та візуалізація.

- 3D моделювання (спеціалізуюсь на створенні моделей високої якості, які мають правильну топологію і відмінно згладжену поверхню)

- 3D скульптинг (складні і високодеталізовані моделі для виробництва)

- рекламна 3D візуалізація продукції

- 3D візуалізація інтер'єрів

- 3D моделювання та візуалізація архітектурних споруд

- створення 3D моделей для фрезерних станків з ЧПУ та 3D-принтерів

Я працюю як позаштатний художник (freelancer), але також розглядаю пропозиції постійної роботи в офісі компанії, або участі в проєктах.

Більш детальну інформацію та портфоліо моїх робіт, ви можете подивитись на моєму персональному сайті: <http://monacofelice.com/UA/>

Завдання 3. Створити портфоліо власних мистецьких і дизайнерських робіт та здійснити його презентацію. *Методична рекомендація: можна скористатись соціальними або професійними платформами, наприклад, платформою Behance, розмістивши там серію своїх авторських робіт і продемонструвати результати на занятті; також презентація може бути здійснена у формі авторської виставки власних робіт.*

Завдання 4. Укласти текст резюме, щоб надати його у майбутньому потенційному працедавцю. *Методична рекомендація: у випадку відсутності практичного досвіду в*

дизайнерській діяльності, можна укласти текст, звернувшись до досвіду інших дизайнерів, наприклад Поліни Дорошенко або Сергія Юрченка.

Завдання 5. Здійснити розробку соціального плакату на указану тему:

- Стрес в роботі графічного дизайнера.
- Запобігання емоційному «вигоранню» на роботі.
- Здоровий спосіб життя.
- Український молодий дизайнер і навколишнє оточення.

*Методична рекомендація: матеріал - папір або картон формату А3 чи А4, техніка створення – за вибором автора. Презентація дизайн-проекту є обов'язковою на занятті, допускається також її розміщення у соціальних мережах та ін.*

**ЗАВДАННЯ ДЛЯ МОДУЛЬНИХ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ,  
САМОКОНТРОЛЮ, ТЕСТИ**  
**ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА**  
**АМР № 1 З ДИСЦИПЛІНИ “НЕТВОРКІНГ ТА ЛІДЕРСТВО В ДИЗАЙНІ”\***

Розробник: професор Олена Поліщук

**ВАРІАНТ №1**

**I. Завдання тестове – середній рівень:**

1. Оволодіння теоретичними та практичними аспектами про особливості та зміст нетворкінгу та лідерства в освіті; формування загальних, спеціальних (фахових) компетентностей щодо професійної діяльності здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у галузі нетворкінгу та лідерства; реалізація особистого творчого потенціалу здобувачів вищої освіти в процесі засвоєння та опанування на практиці знань з історії, теорії нетворкінгу та лідерства в освіті здійснюється при вивченні такої освітньої компоненти: а)нетворкінг та лідерство в дизайні, б)антропология, в)антропометрія, г)колеристика, д)медіадизайн.

2. Діяльність, спрямована на обмін інформацією між людьми, об'єднаними спільними професійними чи особистими інтересами, що зазвичай відбувається в неформальній обстановці: а)нетворкінг, б)етика бізнесу, в)професійна етика, г)дизайн, д)графічний дизайн.

3. Побудова довгострокових довірчих відносин за принципом соціальної мережі має місце в: а)нетворкінгу, б)етиці бізнесу, в)професійній етиці, г)дизайні, д)графічному дизайні.

4. Діяльність, що використовується фахівцями для розширення кола знайомих, інформації про можливості працевлаштування у галузі та підвищити обізнаність щодо новин і тенденції у цій галузі: «Хрещеним батьком» ергономіки став учений із: а)нетворкінг, б)лідерство, в)професійна етика, г)трудоий спор, д)соціальний нетворкінг.

5. Основа для зав'язування дружніх відносин з новими людьми, що може відбуватися в середовищі формальних організацій чи неформальних, як-от випускники закладу освіти, прихожани церкви чи учасники клубу за інтересами: а)нетворкінг, б)лідерство, в)професійна етика, г)графічний дизайн, д)соціальний нетворкінг.

6. Соціально-психологічний процес в колективі чи групі, побудований на впливі особистого авторитету людини на поведінку членів цього колективу або групи: а)нетворкінг, б)лідерство, в)лідер, г)графічний дизайн, д)соціальний нетворкінг.

7. Своєрідний акумулятор ідей і настроїв у групі, виразник інтересів і потреб групи, що виявляє їх у взаєминах з іншими групами та доносить до них інформацію при спілкуванні: а)нетворкінг, б)лідерство, в)лідер, г)графічний дизайн, д)соціальний нетворкінг.

8. Провадження організаційного керівництва, яке здійснюється топ-менеджментом при реалізації завдань про створенню дизайнерських розробок та їх ефективному просуванню на ринку послуг: а)нетворкінг, б)лідерство, в)лідер, г)графічний дизайн, д)соціальний нетворкінг.

9. Лідерство, що пов'язане з родовими або навіть особистими стосунками в сім'ї: а)лідерство активіста, б)лідерство управлінця, в)патерналістське лідерство, г)людські фактори, д)корпоративні фактори?

10. Лідери, що володіють як організаційними, так і управлінськими здібностями, що дозволяє їм підлаштуватися під різні групи людей різної кваліфікації та професій: а)лідер-активіст, б)лідер-управлінець, в)лідер-каталізатор, г)людські фактори, д)корпоративні фактори?

**II. Завдання теоретичне – достатній рівень:** Поняття іміджу. Імідж керівника та його складові.

**III. Завдання творче – високий рівень:** **Вкажіть** Вашого улюбленого графічного французького дизайнера, що є лідером у галузі, та **наведіть** конкретний приклад (розробка).

Викладач

О.П. Поліщук

Зав. кафедри

О. М. Піддубна

*\*Методична рекомендація: тут наведено завдання АМР як зразок. Тест має завдання, як тест закритого типу – тут лише одна відповідь є вірною, її необхідно вказати. Якщо всі відповіді є вірними, тоді оцінка за такий вид роботи: 60+1 бал. Відповідь на друге питання – теоретичного плану, є обов'язковою, вона має бути лаконічною, але вичерпною за змістом, щоб отримати 15 балів. Відповідь на творче завдання здійснюється за бажанням студента чи студентки, вона*

оцінюється відповідно ступеня проявленої ерудованості у предметній галузі, вміння структурувати інформацію та ін. Максимально можлива оцінка за модульну контрольну роботу складає 95 балів.

### ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

Методична рекомендація: 1)ознайомитись із завданням, 2)спробувати переказати відповідь на нього в усній формі, щоб розкрити зміст, вказавши основні поняття та їх значення, навести приклади творчості відомих українських, зарубіжних дизайнерів та ін., 3)доречною є спроба письмової фіксації відповіді з метою вдосконалення навички писемного мовлення.

1. Поняття нетворкінгу. Специфіка нетворкінгу в дизайні.
2. Відмінності між керівництвом та лідерством.
3. Природа лідерства та його складники.
4. Походження нетворкінгу як виду людської діяльності.
5. Трансформаційне лідерство.
6. Харизматичне лідерство.
7. Відомі дизайнери як лідери у професійній творчій діяльності.
8. Прикладна і професійна етика.
9. Управлінська команда та її основні функції.
10. Імідж як складник діяльності управлінської команди.
11. Організаційні бар'єри в керівництві.
12. Створення атмосфери довіри в трудовому колективі, її чинники і засоби.
13. Класичні теорії лідерства.
14. Сучасні теорії лідерства.
15. Риси лідера.
16. Теорія особливостей лідерства.
17. Теорія лідерської поведінки.
18. Теорія випадкового (ситуативного) лідерства.
19. Поняття іміджу. Імідж керівника та його складові.
20. Резонансне лідерство та його психологічні основи.
21. Гендерні аспекти лідерства.
22. Етика лідерства.
23. Лідерство як засіб вдосконалення процесу управління.
24. Способи позиціонування лідерських якостей..
25. Лідерство і впевненість.
26. Портфоліо лідера в дизайні.
27. Філософія партисипативного управління.
28. Типи природних лідерів.
29. Лідерство і емоційний інтелект.
30. Лідерство і емпатія.
31. Лідер як носій влади.
32. Імідж керівника та його складові.
33. Репутація організації (на конкретному прикладі у практиці дизайну).
34. Мораль у професійній діяльності. Підвищення моральних цінностей колективу.
35. Корпоративна культура в системі дизайн-менеджменту.
36. Способи розвитку лідерських навичок.
37. Неefективне лідерство у дизайні.
38. Роль неофіційно-ділового спілкування для створення позитивного іміджу працівника.
39. Способи уникнення конфліктів в професійній діяльності дизайнера.
40. Значення толерантності в ділових стосунках.
41. Оцінка аудиторії та її значення для професійної діяльності дизайнера.
42. Мовні стратегії в публічних виступах. Вербальна й візуальна адаптація для подолання оратором нервозності.
43. Техніка ефективного публічного виступу.
44. Час і правила концентрації уваги аудиторії. Сугестивні методики спілкування у професійній сфері.
45. Управління якістю роботи в дизайні.
46. Стрес в роботі графічного дизайнера.
47. Запобігання «вигоранню» на роботі.
48. Організаційна структура дизайнерської агенції.
49. Організаційна структура дизайнерського бюро.
50. Організаційна структура рекламного бюро.
51. Професійні функції дизайнера у рекламному агентстві.
52. Професійні функції графічного дизайнера у діяльності типографії.
53. Соціальні мережі та їх роль у популяризації сучасного дизайнера та митця.
54. Особисте портфоліо дизайнера та шляхи його формування.
55. Успішні дизайнери швейцарської школи дизайну.
56. Мій улюблений український дизайнер.
57. Мій улюблений графічний японський дизайнер.
58. Мій улюблений німецький дизайнер.
59. Мій улюблений графічний французький дизайнер.
60. Здобутки відомого українського дизайнерського бюро.
61. Репутація організації.
62. Фріланс.
63. Бенчмаркінг.
64. Невілл Броуді.
65. Ле Корбузьє.
66. Творчі здобутки групи Push Pin.
67. Девід Карлсон.
68. Толерантність.
69. Інтолерантність.
70. Ділове спілкування.
71. Неформальне спілкування.
72. Ділові стосунки у дизайні.
73. Дизайн-проект.
74. Професійне спілкування.
75. Портфоліо дизайнера.
76. Відповідальність.
77. Професійні обов'язки.
78. Службові обов'язки.
79. Конфлікт у колективі.

80. Трудовий спор.
81. Авторитарний стиль керування.
82. Демократичний стиль керування.
83. Ліберальний стиль керування.
84. Корпоративна культура.
85. Професійна етика.

86. Управлінська команда.
87. Дизайн-діяльність.
88. Дизайнерське бюро.
89. Організаційний успіх.
90. Корпоративний імідж.

## ТЕСТИ

*Методична рекомендація: у наведених завданнях лише одна відповідь є вірною, її необхідно виділити; як зразок – в одному із завдань указано правильну відповідь.*

1. Реалізація особистого творчого потенціалу здобувачів вищої освіти в процесі засвоєння та опанування на практиці знань з історії та теорії нетворкінгу здійснюється при вивченні освітньої компоненти: а)нетворкінг і лідерство в дизайні, б)комп'ютерна графіка, в)антропометрія, г)колеристика, д)медіадизайн.
2. Реалізація особистого творчого потенціалу здобувачів вищої освіти в процесі засвоєння та опанування на практиці знань з історії та теорії лідерства здійснюється при вивченні освітньої компоненти: а)нетворкінг і лідерство в дизайні, б)історія дизайну, в)антропометрія, г)колеристика, д)медіадизайн.
3. Сприяє формуванню загальних, спеціальних (фахових) компетентностей щодо професійної діяльності здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти з питань нетворкінгу в цьому закладі вищої освіти здійснює така освітня компонента: а)нетворкінг і лідерство в дизайні, б)антропология, в)антропометрія, г)колеристика, д)медіадизайн.
4. Формування загальних, спеціальних (фахових) компетентностей щодо професійної діяльності здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти з питань лідерства здійснює така освітня компонента: а)нетворкінг і лідерство в дизайні, б)антропология, в)антропометрія, г)колеристика, д)медіадизайн.
5. Що не є важливим у професійній діяльності дизайнера: а)розуміння основ графічного дизайну, б)знання з основ композиції, в)робота в графічних редакторах, г)розуміння створення процесу продукту, д)з'ясування ступеня власної оригінальності.
6. Lifelong learning – це: а)нетворкінг, б)соціальний нетворкінг, в)лідерство, г)навичка і бажання до постійного навчання, д)навчання у дизайні.
7. Неспеціалізовані навички, що потрібні для життя і виконання професійних завдань дизайнером, наприклад комунікабельність, організованість, - це: а)Soft Skills, б)Lifelong learning, в)емпатія, г)вольовісті, д)гордість за професію.
8. Нетворкінг стосується: а)навчальної практики студента, б)виробничої практики здобувача вищої освіти, в)практики формування мовної грамотності, г)практики гармонізації стосунків у навчальному колективі, д)практики перебування на пленері.
9. Оволодіння теоретичними та практичними аспектами особливостей і змісту нетворкінгу в різних сферах діяльності, зокрема освіті, здійснює навчальний курс: а)нетворкінг і лідерство в дизайні, б)антропология, в)антропометрія, г)колеристика, д)медіадизайн.
10. Формуванню загальних, спеціальних (фахових) компетентностей щодо професійної діяльності здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у галузі нетворкінгу та лідерства сприяє: а)нетворкінг і лідерство в дизайні, б)антропология, в)антропометрія, г)колеристика, д)медіадизайн.
11. Теоретичні знання не можна набувати чи поглиблювати через: а)курси та отримання сертифікатів, б)відвідування вебінарів, в)участь у конференціях, г)знайомство з фаховими блогами, д)заняття спортом.
12. Діяльність, спрямована на обмін інформацією між людьми, об'єднаними спільними професійними чи особистими інтересами, що зазвичай відбувається в неформальній обстановці: а)нетворкінг, б)етика бізнесу, в)професійна етика, г)дизайн, д)графічний дизайн.
13. Нетворкінг не є пов'язаним із: а)спілкуванням, б)творчістю, в)стосунками, д)відносинами між людьми, д)комунікацією.
14. Нетворкінг є пов'язаним із: а)етикою, б)естетикою, в)юридичними нормами, г)політикою, д)мистецтвом.
15. Нетворкінг формує стосунки між людьми подібно до: а)рибальської сітки, б)сітки, в)круїзного лайнера, г)підводного човна, д)рибальського човна.
16. Нетворкінг є пов'язаним із: а)живописом, б)образотворчим мистецтвом, в)графікою, г)мистецтвом спілкування, д)мистецтвом.
17. Побудова довгострокових довірчих відносин між людьми за принципом соціальної мережі має місце в: а)нетворкінгу, б)етиці бізнесу, в)професійній етиці, г)дизайні, д)графічному дизайні.
18. Діяльність, що використовується фахівцями для розширення кола знайомих в певній галузі: а)нетворкінг, б)лідерство, в)професійна етика, г)трудоий спор, д)соціальний нетворкінг.
19. Правила хорошого тону, що мають рекомендаційний характер, іноді називають: а)етика, б)нетворкінг, в)бонтон, г)етикет, д)етикетка.
20. Правила поведінки, які можна виконувати, але якими можна і знехтувати, коли того хочеться, називають: а)етика, б)нетворкінг, в)бонтон, г)етикет, д)етикетка.
21. Приємна у спілкуванні людина є: а)ввічливою, б)єрудованою, в)мовчазною, г)спостережливою, д)бережливою.
22. Правила хорошого тону, що мають обов'язковий характер для виконання, іноді називають: а)етика, б)нетворкінг, в)бонтон, г)етикет, д)етикетка.

23. Для формування належного спілкування та стосунків серед студентів у колективі лежить: а)емоційність, б)прагматичність, в)стриманість, г)спостережливість, д)конфліктність.
24. В основі формування належного спілкування та стосунків у трудовому колективі лежить: а)емоційність, б)ерудованість, в)стриманість, г)спостережливість, д)веселість.
25. Для формування належного спілкування та стосунків у студентському колективі необхідною є: а)тактовність, б)балакучість, в)мовчазність, г)спостережливість, д)веселість.
26. Привітання між студентами, коли вони приходять у навчальний заклад – це вимога: а)професійної активності дизайнера, б)професійної некомпетентності, в)бонтону, г)педагогічної етики, д)етики.
27. Привітання між колегами – це вимога: а)професійної активності, б)професійної некомпетентності, в)професійної ворожості, г)професійної байдужості, д)професійної етики.
28. Чи має за правилами хорошого тону молодша за віком людина першою привітати старшу за неї знайому людину: а)так, б)ні, в)не ясно, г)можливо, д)не зрозуміло.
29. Чи повинен студент за правилами хорошого тону першим пропустити у приміщення викладача: а)так, б)ні, в)не ясно, г)можливо, д)не зрозуміло.
30. Чи має за правилами хорошого тону студент першим привітати викладача: а)так, б)ні, в)не ясно, г)можливо, д)не зрозуміло.
31. Основа для зав'язування дружніх відносин з новими людьми, що може відбуватися в середовищі формальних організацій чи неформальних, як-от випускники закладу освіти, прихожани церкви чи учасники клубу за інтересами: а)нетворкінг, б)лідерство, в)професійна етика, г)графічний дизайн, д)соціальний нетворкінг.
32. Стосунки і спілкування на роботі є: а)формальними, б)неформальними, в)дружніми, г)нереальними, д)гіпотетичними.
33. Стосунки і спілкування під час роботи у трудовому колективі є: а)офіційно-діловими, б)неофіційно-діловими, в)неформальними, г)дружніми, д)колегіальними.
34. Корпоративна вечірка колег: а)офіційно-ділові стосунки, б)неофіційно-ділові стосунки, в)формальні стосунки, г)недружні стосунки, д)колегіальні стосунки.
35. Соціально-психологічний процес в професійному колективі чи академічній групі при навчанні, побудований на впливі особистого авторитету людини на поведінку інших членів групи: а)нетворкінг, б)лідерство, в)лідер, г)графічний дизайн, д)соціальний конфлікт.
36. Діловий ланч відноситься до сфери стосунків: а)офіційно-ділових, б)неофіційно-ділових, в)формальних, г)недружних, д)колегіальних.
37. Людина-акумулятор ідей і настроїв у колективі, наприклад академічній групі в навчальному закладі: а)керівник, б)лідерство, в)лідер, г)графічний дизайн, д)соціальний нетворкінг.
38. Впровадження організаційного керівництва, яке здійснюється топ-менеджментом при реалізації завдань про створенню дизайнерських розробок та їх ефективному просуванню на ринку послуг: а)нетворкінг, б)лідерство, в)лідер, г)графічний дизайн, д)соціальний нетворкінг.
39. Виразник інтересів і потреб робочого колективу: а)нетворкінг, б)лідерство, в)лідер, г)графічний дизайн, д)соціальний нетворкінг.
40. Представник неформальної групи, що доносить до них важливу інформацію при спілкуванні: а)нетворкінг, б)лідерство, в)лідер, г)графічний дизайн, д)соціальний нетворкінг.
41. Лідерство, що пов'язане з особистими стосунками в сім'ї: а)лідерство активіста, б)лідерство управлінця, в)патерналістське лідерство, г)людські фактори, д)корпоративні фактори?
42. Своєрідний акумулятор ідей і настроїв у групі, виразник інтересів і потреб групи, що виявляє їх у взаєминах з іншими групами та доносить до них інформацію при спілкуванні: а)нетворкінг, б)лідерство, в)лідер, г)графічний дизайн, д)соціальний нетворкінг.
43. Лідери, що володіють як організаційними, так і управлінськими здібностями, що дозволяє їм підлаштуватися під різні групи людей різної кваліфікації та професій: а)лідер-активіст, б)лідер-управлінець, в)лідер-каталізатор, г)людські фактори, д)корпоративні фактори?
44. Лідерство, що пов'язане з родовими стосунками: а)лідерство активіста, б)лідерство управлінця, в)патерналістське лідерство, г)людські фактори, д)корпоративні фактори?
45. Особлива діяльність, яка має за мету насамперед обмін інформацією між людьми за спільними професійними або особистими інтересами: а)нетворкінг, б)бізнес, в)професійна етика, г)дизайн, д)графічний дизайн.
46. Застосування принципу соціальної мережі для побудови довгострокових та довірчих відносин має місце в: а)етиці бізнесу, б)нетворкінгу, в)професійній етиці, г)дизайні, д)графічному дизайні.
47. Для розширення кола знайомих у дизайнерській діяльності застосовується: а)лідерство, б)нетворкінг, в)анкетування, г)трудоий спор, д)соціальний нетворкінг.
48. Важливість підтримки дружніх відносин, наприклад між випускниками закладу вищої освіти, в якому здійснюється підготовка графічних дизайнерів, враховує: а)соціальний нетворкінг, б)лідерство, в)професійна етика, г)графічний дизайн, д)нетворкінг.
49. Вплив особистого авторитету керівника на поведінку членів колективу називається: а)нетворкінгом, б)лідером, в)лідерством, г)поведінкою, д)соціальним нетворкінгом.
50. Виразник інтересів і потреб колективу, якому колектив доручає доносити до керівника інформацію: а)нетворкінг, б)лідерство, в)неформальний лідер, г)графічний дизайн, д)соціальний експеримент.
51. Лідер, що вміє підлаштуватися у деякій професії до людей різної кваліфікації, називається: а)лідером-активістом, б)лідером-управлінцем, в)лідером-каталізатором, г)корпоративістом, д)ілюзіоністом.

52. Організаційне керівництво по створенню дизайнерських розробок називається: а)нетворкінг дизайнерів, б)лідерство у дизайнерській групі, в)лідер-невдаха, г)графічний нетворкінг, д)соціальний нетворкінг.

53. Лідерство, котре орієнтоване на гармонізацію стосунків у сім'ї, називається: а)лідерством дизайнера, б)лідерством керівника, в)патерналістським лідерством, г)людським капіталом, д)корпоративним фактор.

54. Сфера поширення нетворкінгу: а)соціальні взаємодії, б)отримання кредиту, в)творчість, г)фізичний розвиток, д)мандрівки.

55. На роботі для працівника мають значення: а)неформальні стосунки, б)неофіційно-ділові стосунки, в)стосунки, г)офіційно-ділові стосунки, д)дружні стосунки.

56. Успішні ділові зв'язки передбачають: а)часті телефонні дзвінки, б)регулярне спілкування для обміну цінною інформацією, в)скривання інформації, г)пересилання привітальних листівок з оригінальним дизайном, д)дизайнерську діяльність.

57. Сфера значної важливості нетворкінгу: а)бізнес, б)кредитування, в)дозвілля, г)фізичний розвиток, д)мандрівки.

58. Для розширення кола знайомих, інформації про можливості працевлаштування у деякій галузі, наприклад графічному дизайні, застосовується: а)нетворкінг, б)бізнес, в)професійна етика, г)дизайнерська діяльність, д)увічливість.

59. Підвищенню мотивації персоналу дизайнерського бюро до ефективної діяльності сприяє: а)печворкінг, б)нетворкінг, в)букінг, г)трансперсональний гіпноз, д)самоорганізація.

60. На що не впливає нетворкінг: а)підвищення мотивації персоналу, б)інформаційний обмін між керівником і рядовими співробітниками, в)процес самоорганізації в колективі, г)зростання ворожості у колективі, д)стимулювання неформальних комунікацій.

61. Посилення офіційної структури і внутрішнього бренду організації може посприяти: а)печворкінг, б)нетворкінг, в)букінг, г)трансперсональний гіпноз, д)самоорганізація.

62. У рекламній агенції стимулює зростання рівня мотивації персоналу до ефективної діяльності: а)печворкінг, б)нетворкінг, в)крос-букінг, г)трансперсональний гіпноз, д)патерналістський нетворкінг.

63. На що не впливає нетворкінг: а)створення в професійній галузі понятійного апарату, б)поширення передових стандартів роботи, в)посилення ефективності господарювання, г)формування довіри у трудовому колективі, д)розробка бізнес-проекту.

64. Демонстрація зразків творчих робіт графічного дизайнера чи виконаних ним проектів: а)професійна етика, б)соціальний нетворкінг, в)портфоліо, г)виставка творчих робіт, д)екскурсія.

65. На що не націлює нетворкінг працівника дизайнерського бюро: а)підвищення мотивації персоналу, б)інформаційний обмін між керівником і рядовими співробітниками, в)процес самоорганізації в колективі, г)зростання недобррозичливості та конфліктності у групі, д)стимулювання неформальних комунікацій.

66. Портфоліо графічного дизайнера не демонструє: а)професійні навички, б)динаміку його замовлень при реалізації проектів, в)наявність контрактів із престижними замовниками, г)творчу уяву, д)нетворкінг.

67. Портфоліо графічного дизайнера не демонструє: а)ступінь професіоналізму, б)авторську манеру, в)участь у творчих конкурсах, г)наявність нагород, д)комунікативні навички.

68. Регулярне поповнення графічним дизайнером свого портфоліо демонструє: а)увічливість, б)добррозичливість, в)конфліктність, г)схильність до лідерства, д)схильність до новизни.

69. Портфоліо графічного дизайнера не демонструє: а)ступінь професіоналізму, б)авторську манеру, в)участь у творчих конкурсах, г)творчу уяву, д)конфліктність.

70. Важливою складовою для успішності в професії графічного дизайнера, демонстрацією його спроможності до творчості та лідерства серед колег і потенційних працевластувачів є: а)резюме, б)портфоліо, в)автобіографія, г)воркшопи, д)сертифікат.

71. Персональне брендування фахівця з дизайну не передбачає каналом впливу: а)сайт, б)посадкову сторінку, в)фахову сторінку у соцмережах, г)резюме, д)наявність рекламування.

72. При персональному брендуванні дизайнера, що не відноситься до його візуального стилю: а)медіазвернення, б)шрифт, в)візуальні прийоми, г)кольори, д)лого.

73. У портфоліо дизайнера-початківця хто не відноситься до його аудиторії: а)талановиті фахівці з дизайну, б)ентузіастки креативних індустрій, в)блогери, г)клієнти, д)працевластувачі.

74. Для ефективного нетворкінгу дизайнеру бажано вести колонку в медіа та оновлювати її раз на: а)6 годин, б)1-2 тижні, в)3-4 тижні, г)1-2 місяці, д)3-6 місяців.

75. Персональне брендування графічного дизайнера не передбачає: а)ідентифікацію, б)творче захоплення, в)демонстрацію здобутків, г)виділення на тлі конкурентів, д)довіру.

76. При нетворкінгу участь дизайнера у творчих конкурсах не є прагненням до: а)запозичення чужих ідей, б)вдосконалення, в)професійного визнання, г)популярності себе, г)пошуку каналу продажу.

77. Синонімом поняття іміджу є: а)реноме, б)портфоліо, в)гендер, г)творча ініціатива, д)проект.

78. Що тут не є видом іміджу людини: а)персональний, б)мотивуючий, в)бажаний, г)цільовий, д)поточний.

79. При підготовці до конкурсу що не є важливим: а)вибір конкретного заходу, б)аналіз робіт переможців, в)розсилання резюме, г)створення творчої роботи, д)розбір помилок.

80. В дизайнерському бюро на яку посаду може найчастіше претендувати графічний дизайнер: а)менеджер документів, б)копірайтер, в)дизайнер, г)менеджер з продажів, д)менеджер проєктів.
81. Проєктне партнерство декількох дизайнерів для виконання разової роботи – це: а)проєктна співпраця, б)партнерська взаємодія, в)стратегічне партнерство, г)лідерська підтримка, д)передача контракту.
82. Що не відноситься до каналів нетворкінгу в дизайнерській діяльності: а)резюме, б)соціальні мережі, в)спеціалізовані професійні мережі, г)майстер-класи, д)виставки.
83. Створений фахівцем чи компанією образ, враження – це: а)публіка, в)резонансне лідерство, в)імідж, г)корпоративний бонус, д)гендер.
84. Резонансне лідерство у професії не залежить від: а)емоцій, б)емоційного інтелекту, в)стилю керівництва, г)аналізу управлінських завдань, д)самодіагностики умінь.
85. Розглядав лідерство як спроможність впливу на інших, щоб досягти бажаної для групи мети: а)А.Файоль, б)О.Тід, в)М.Фоллет, г)М. Ке лі Врі, д)А.Джордж.
86. Поділяв лідерів на «ділових» і «емоційних»: а)А.Файоль, б)О.Тід, в)А.Джордж, г)М. Ке лі Врі, д)М.Фоллет.
87. Теорія «великих людей» розроблялась: а)А.Файоль, б)О.Тід, в)О.Нестуля, г)М. Ке лі Врі, д)А.Джордж.
88. Типологія лідерів (лідер-тактик і лідер-стратег) належить: а)А.Файоль, б)О.Тід, в)А.Джордж, г)М. Ке лі Врі, д)М.Фоллет.
89. Що не є ознакою лідера: а)вольові якості, б)компетентність у професії, в)розвинута фантазія, г)інтелектуальність, д)здатність працювати з людьми.
90. Конфлікт з латини перекладається як: а)сутічка, б)ненависть, в)ворожість, г)протидія, д)інтолерантність.

## **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

### ***Основна:***

1. Келлі Т., Келлі Д. Творча впевненість. Як розкрити свій потенціал. Київ: Основи, 2017. 296 с.
2. Вікрі К. Нетворкінг для інтровертів. Поради для комфортної та ефективної комунікації. Харків: Vivat, 2020. 224 с.

### ***Додаткова:***

1. Баєва О. Біологічні основи влади й лідерства. Персонал. 2006. № 12. С. 65–71.
2. Головинський К. Харизма та лідерство в умовах кризи. Людина і політика. 2000. № 6. С. 8–11.
3. Ручка А. А. Соціальні норми і цінності. Київ: Думка, 2006. 96 с.
4. Скібіцька Л.І. Лідерство та стиль роботи менеджера: Навч. посібник Київ: Центр учбової літератури, 2009. 181с.
5. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ Л., РОМАНОВСЬКИЙ О. Керівник-професіонал нової формації. Вища освіта України. 2002. №1. С. 34–39.
6. Морган Д. Лідер майбутнього. 9 навичок та ідей, що зроблять вас успішними в наступні 10 років. Харків, 2022. 320 с.
7. Lipnack J., Stamps J. The age of the Network: Organizing Principles for the 21st Century. New York:Wiley, 1994.
8. Turniak G., Antosiewicz W. Praktyczny poradnik networkingu. Zbuduj sieć trwałych kontaktów biznesowych. Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2012.

### ***Інтернет ресурси:***

1. Нестуля О.О., Нестуля С.І., Кононець Н.В. Основи лідерства: електронний посібник для самостійної роботи студентів. Полтава: ПУЕТ, 2018. 241 с. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://dut.edu.ua/uploads/1\\_2161\\_63367800.pdf](https://dut.edu.ua/uploads/1_2161_63367800.pdf)
2. Комунікації – це важливо!. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://teenergizer.org/2019/10/komunikatsiyi-tse-vazhlivo/>
3. Малюська В. А. Лідерські якості керівника – умова ефективного функціонування трудового колективу. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/4\\_SVMN\\_2007/Economics/19960.doc.htm](http://www.rusnauka.com/4_SVMN_2007/Economics/19960.doc.htm)
4. Неформальне лідерство. Як надихати команду та досягати результатів [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.yakaboo.ua/ua/neformal-ne-liderstvo-jak-nadihati-komandu-ta-dosjagati-rezul-tativ-2342004.html>
9. Fisher D., Vilas S. Power Networking. Bard Press: The Riley Guide, 2000. URL: [www.rileyguide.com](http://www.rileyguide.com).