

**КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ  
КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ  
«АКАДЕМІЯ МИСТЕЦТВ ІМЕНІ ПАВЛА ЧУБИНСЬКОГО»**



**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Проректор з навчальної  
роботи**

**Сергєєнко О. М.**

**01 вересня 2023 року**

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
СЦЕНІЧНИЙ ІМІДЖ**

Рівень вищої освіти

**Перший (бакалаврський)**

Галузь знань

**02 «Культура і мистецтво»**

Спеціальність

**025 «Музичне мистецтво»**

Статус дисципліни

**Вибіркова**

Робоча програма навчальної дисципліни «Сценічний імідж» для здобувачів вищої освіти галузі знань **02 «Культура і мистецтво»**, спеціальності **025 «Музичне мистецтво»**.

Розробник: **Петрова Олена Миколаївна** Заслужена артистка України

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри «Мистецтво співу»

Протокол № 14 від « 23 » червня 2023 р..

Завідувач кафедри  **Кочерга А.І.**

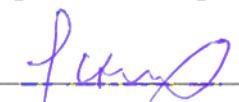
Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри «Музичне мистецтво естради»

Протокол № 2 від 01 вересня 2023 р.

Завідувач кафедри  **Карпенко-Боднарук Ж.Л.**

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри «Інструментальне виконавство» (за видами)

Протокол № 2 від 01 вересня 2023 р.

Завідувач кафедри  **Ясько О.А.**

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форманавчання
Кількість кредитів ECTS – 3	Рік підготовки: 3 – й	
Загальна кількість годин – 90	90	90
Кількість модулів – 1 Змістових модулів – 2	Семестр:	
Для денної форми навчання. Тижневих аудиторних годин: 5 – й семестр – 32 години. Самостійної роботи студента – 58 годин. Для заочної форми навчання. Аудиторних годин: 5 – й семестр – 10 годин. Самостійної роботи студента – 80 годин.	5 – й	5 – й
	Лекції:	
	10	7
	Практичні:	
	22	3
Вид підсумкового контролю: 5 – й семестр – залік.	Лабораторні:	
	-	-
Форма підсумкового контролю: теоретичне опитування; виконання практичного завдання.	Самостійна робота:	
	58	80

## 2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Мета навчальної дисципліни** «Сценічний імідж» є вивчення закономірностей створення та функціонування іміджу, як складного соціально-психологічного феномену, опанування теоретичними основами для створення власного сценічного іміджу.

**Предмет** вивчення дисципліни є: феномен іміджу та методичних прийомів психології створення іміджу для рішення практичних задач.

Вивчення дисципліни «Сценічний імідж» сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких **компетентностей**:

**Загальні компетентності:**

**ЗК 2.** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності

**ЗК 4.** Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми

**ЗК 8.** Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях

**ЗК 11.** Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконаних робіт

**ЗК 15.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

**Спеціальні (фахові) компетентності:**

**СК 12.** Здатність збирати, аналізувати, синтезувати художню інформацію та застосовувати її в процесі практичної діяльності.

**СК 13.** Здатність використовувати широкий спектр міждисциплінарних зв'язків.

**Завдання дисципліни:** навчити студентів ставитись до майбутньої професії (особистості) музиканта-артиста-виконавця, як до публічної персони, що повинна мати свій власний імідж; розуміти соціально-психологічну природу іміджу; навчити визначати напрямки створення корпоративного та власного сценічного іміджу, знайти свою неповторність і працювати над її вдосконаленням.

### 3. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Вивчення навчальної дисципліни «Сценічний імідж» забезпечує досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

Програмні результати навчання	Шифр ПРН
Демонструвати музично-теоретичні, культурно-історичні знання з музичного мистецтва.	ПРН 15
Демонструвати аргументовані знання з особливостей музичних стилів різних епох.	ПРН 17

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни «Сценічний імідж»:

Очікувані результати навчання з дисципліни	Шифр ПРН
Демонструвати музично-теоретичні, культурно-історичні знання з музичного мистецтва.	ПРН 15
Демонструвати аргументовані знання з особливостей музичних стилів різних епох.	ПРН 17

**Після опанування навчальної дисципліни «Сценічний імідж» студенти повинні:**

**знати:**

- теоретичні основи для роботи над створенням власного іміджу;
- соціально-психологічну природу іміджу;
- психологію візуального сприйняття;
- системний підхід до визначення, аналізу, ідентифікування та пояснення психологічних проблем та шляхи їх розв'язання.
- Закономірності та особливості розвитку і функціонування психічних явищ в контексті професійних завдань;
- як критично оцінювати достовірність одержаних результатів психологічного дослідження та формулювати аргументовані висновки;
- види іміджу та їх соціально-психологічну характеристику;
- мету, завдання створення іміджу.

**Вміти:**

- визначити враховувати фактори, що впливають на формування індивідуального іміджу ;
- працювати над власним іміджем з метою його підтримки, зберігання та покращення;

- розробляти концепції корпоративного іміджу.

**Мати навички soft skills:**

- навички самоорганізації;
- презентаційні навички;
- здатність оволодівати сучасною інформацією;
- навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

#### **4. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

##### **4.1. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання**

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є:

- експрес-опитування;
- тестове опитування;
- презентації практичних робіт;
- есе;
- диференційований залік.

##### **4.2. Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання**

Форми контролю знань студентів:

- поточний;
- підсумковий;
- семестровий модульний (диференційований залік).

Оцінювання знань студентів здійснюється за 100 – бальною шкалою та шкалою ECTS – А (90 - 100), В (82 - 89), С (75 - 81), D (64 - 74), Е (60 -63), Fx (35 - 59), F (1 – 34). Кредитно-модульна система з переведенням в національну (чотирибальна: 5 – «відмінно», 4 - «добре», 3 - «задовільно», 2 – «незадовільно»).

**Поточний контроль** здійснюється на кожному аудиторному занятті шляхом перевірки виконання практичних завдань. Оцінюється рівень виконання завдань аудиторної роботи та самостійної підготовки (вивчення теоретичного матеріалу та його практичне застосування).

#### **Критерії поточного оцінювання знань студентів**

Усне опитування, практичне завдання	Критерії оцінювання
<b>5</b>	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, має глибокі і міцні знання, виявляє елементи творчого підходу, практичного втілення теоретичних знань при виконання практичних завдань. Використовує основну та додаткову

	літературу. Конспект в повному обсязі.
<b>4</b>	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, аналізує вивчений матеріал, практично втілює при виконанні практичних завдань. Використовує основну літературу. Конспект в повному обсязі.
<b>3</b> Мінімальний поріг оцінювання	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст, частково аналізує, використовує при виконанні практичних завдань. Використовує основну літературу. В конспекті відсутній матеріал 2-3 тем.
<b>2</b>	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів. При виконанні практичних завдань правильно відтворює близько половини навчального матеріалу. Іноді використовує літературу. Конспектування фрагментарне.
<b>1</b>	Частково володіє навчальним матеріалом. Не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та при виконанні практичних завдань. Допускає суттєві помилки. Літературою не користується. Конспектування несистематичне. Відсутній матеріал половини тем.
<b>0</b>	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Відсутній конспект лекцій.

### Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Весь обсяг роботи студента за семестр підсумовується за допомогою накопичувальної системи балів. Підсумковий бал з навчальної дисципліни є сумою балів, одержаних за знання матеріалу тем – (за поточний, модульний (семестровий) контроль, ведення конспекту), з подальшим переведенням в національну.

**Максимальна** кількість балів, яку може отримати студент за різні види завдань вказана в таблиці.

### Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Модуль 1										
	Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2			Разом за темами	Залік	Всього
	Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7			
Аудиторні заняття	5	5	5	5	5	5	5	35		
Самостійна робота студента	5	5	5	5	5	5	5	35		
<b>Сума балів</b>								<b>70</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Т 1, Т 2 ... Т 7- теми занять.

### Модульний (семестровий) контроль знань студентів

Модульний контроль проводиться з метою визначення стану успішності здобувачів вищої освіти за період модуля (семестру). Модульний (семестровий) контроль знань студентів здійснюється у формі заліку через теоретичне опитування та виконання практичного завдання

### Критерії модульного оцінювання знань студентів

<b>Залік. Виконання практичного завдання. Теоретичне опитування.</b>	<b>Критерії оцінювання</b>
<b>30 - 27</b>	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Творчо ставиться до вирішення практичних завдань. Правильно вирішує усі практичні завдання. Відповів на всі тестові завдання. Припускає 1 – 2 несуттєві неточності.
<b>26 – 23</b>	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Намагається творчо ставитись до вирішення практичних завдань, але при виконанні припускає незначні помилки. Відповів на всі тестові завдання. Припускає 3 - 4 неточності.
<b>22 – 18</b> <b>18 –</b> мінімальний поріг оцінювання	Засвоїв більше половини теоретичного матеріалу. Формально ставиться до виконання практичних завдань, припускає помилки. Відповів на більшість тестових завдань, але. припускає 2-3 помилки.
<b>17 – 12</b>	Засвоїв половину матеріалу. Формально ставиться до виконання практичних завдань, припускає значні помилки. Відповів на половину тестових завдань.
<b>11 – 1</b>	Засвоїв менше половини матеріалу. Виконує всі практичні завдання з помилками. Відповів на меншість тестових завдань.
<b>0</b>	Теоретичний матеріал не знає. Не виконав практичного завдання. Не виконав тестового завдання.

### Підсумковий бал з навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності замодуль	Оцінка за Національно юшкалою	Шкала ECTS
<b>90-100</b>	5 Відмінно	<b>A</b>
<b>82-89</b>	4 Добре	<b>B</b>
<b>74-81</b>		<b>C</b>
<b>64-73</b>	3 Задовільно	<b>D</b>
<b>60-63</b>		<b>E</b>

<b>35-59</b>	2 Незадовільно	<b>FX</b> Для одержання кредиту потрібне доопрацювання.
<b>1-34</b>		<b>F</b> Необхідне повторне вивчення дисципліни

## **5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **5.1. Зміст навчальної дисципліни**

#### **Модуль 1**

#### **Змістовий модуль 1. Психологічні аспекти іміджу.**

##### **Тема 1. Поняття про імідж.**

Поняття іміджу. Імідж в повсякденній свідомості. Імідж як образ, що існує в свідомості суб'єкта і впливає на сприймання ним дійсності. Структурні елементи іміджу. Імідж в психології сприймання. Імідж в контексті «Я- концепції». Імідж в соціальній психології.

##### **Тема 2. Імідж як об'єкт наукового дослідження.**

Психологія іміджу як наукова дисципліна. Символічна природа іміджу. Семіотика як наука про символи. Імідж в контексті Іміджелогія як прикладна наукова дисципліна. Професія іміджмейкер. Діяльність іміджмейкера по створенню іміджу клієнта. Розробка ефективних технологій іміджування. Іміджування в сфері політики, шоу-бізнесу та виробничо-торгівельній діяльності.

##### **Тема 3. Соціально-психологічна природа іміджу.**

Імідж в системі індивідуальної поведінки та соціального впливу. Створення іміджу як засобу подолання когнітивного дисонансу. Категоризація і сприймання іміджу.

##### **Тема 4. Види іміджу та їх соціально-психологічна характеристика.**

Особливості індивідуального іміджу. Індивідуальний імідж орієнтований на самовідчуття. Індивідуальний імідж, розрахований на сприймання оточуючими. Предметний імідж. Груповий імідж. Стереотипи. Корпоративний імідж.

#### **Змістовий модуль 2. Психологічні аспекти створення іміджу**

##### **Тема 5. Формування конкретної мети при створенні іміджу. Фактори впливу на формування індивідуального іміджу.**

Цільова установка створення індивідуального іміджу. Індивідуалізація, як вияв особистісного та професійного зростання. Риси, які цінуються в особистості та професіоналі. Статеві-віковий та освітньо-професійний фактори у створенні індивідуального іміджу. Фізичні дані, як підґрунтя формування індивідуального іміджу.

Середовищний імідж: середовище в якому існує суб'єкт та речі які його оточують. Статусний та індивідуальний характер речей.

Габітарний імідж: костюм, макіяж, зачіска, прикраси. Кінетичний імідж, як манера



триматися і рухатися. Вербальний імідж.

### **Тема 6. Створення корпоративного іміджу.**

Адекватність, оригінальність та спрямованість іміджу. Мета створення корпоративного іміджу.

Визначення цільової аудиторії іміджу. Розробка концепції іміджу. Формування, впровадження і закріплення іміджу.

Основні засоби формування іміджу: фірмовий стиль, візуальні засоби, вербальні засоби, рекламні заходи, PR-засоби, представництво в мережі INTERNET.

### **Тема 7. Підтримка, збереження та покращення іміджу.**

Репутація, як основний засіб збереження іміджу. Здатність поєднувати якісні і зовнішні характеристики предмету, корпорації, та спеціаліста.

Способи втрати довіри споживачів корпорацією та професіоналом.

Способи збереження іміджу професіоналом. Збереження особистісного здоров'я, як засіб досягнення адекватності.

## **5.2. Структура навчальної дисципліни** *Денна форма навчання*

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин			
	Всього годин	Аудиторні заняття		Самостійна робота студента
		Лекції	Практичні	
<b>Модуль 1</b>				
<b>Змістовий модуль 1. Психологічні аспекти іміджу</b>				
Тема 1. Поняття про імідж.	10	2	2	6
Тема 2. Імідж як об'єкт наукового дослідження.	12	2	2	8
Тема 3. Соціально-психологічна природа іміджу.	12	2	2	8
Тема 4. Види іміджу та їх соціально-психологічна характеристика.	12	1	3	8
<b>Разом за змістовим модулем 1:</b>	<b>46</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>30</b>
<b>Змістовий модуль 2. Психологічні аспекти створення імідж</b>				
Тема 5. Формування конкретної мети при створенні іміджу. Фактори впливу на формування індивідуального іміджу.	16	1	5	10
Тема 6. Створення корпоративного іміджу.	14	1	5	8
Тема 7. Підтримка, збереження та покращення іміджу.	14	1	3	10
<b>Разом за змістовим модулем 2:</b>	<b>44</b>	<b>3</b>	<b>13</b>	<b>28</b>
<b>Разом:</b>	<b>90</b>	<b>10</b>	<b>22</b>	<b>58</b>

## Заочна форма навчання

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин			Самостійна робота студента
	Всього годин	Аудиторні заняття		
		Лекції	Практичні	
<b>Модуль 1</b>				
<b>Змістовий модуль 1. Психологічні аспекти іміджу</b>				
Тема 1. Поняття про імідж.	10	1	-	9
Тема 2. Імідж як об'єкт наукового дослідження.	12	1	-	11
Тема 3. Соціально-психологічна природа іміджу.	12	1	-	11
Тема 4. Види іміджу та їх соціально-психологічна характеристика.	12	1	-	11
<b>Разом за змістовим модулем 1:</b>	<b>46</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>42</b>
<b>Змістовий модуль 2. Психологічні аспекти створення імідж</b>				
Тема 5. Формування конкретної мети при створенні іміджу. Фактори впливу на формування індивідуального іміджу.	16	1	1	14
Тема 6. Створення корпоративного іміджу.	14	1	1	12
Тема 7. Підтримка, збереження та покращення іміджу.	14	1	1	12
<b>Разом за змістовим модулем 2:</b>	<b>44</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>38</b>
<b>Разом:</b>	<b>90</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>80</b>

### 6. САМОСТІЙНА РОБОТА

#### 6.1. Самостійна робота (денна форма)

№з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Поняття про імідж.	6
2.	Тема 2. Імідж як об'єкт наукового дослідження.	8
3.	Тема 3. Соціально-психологічна природа іміджу.	8
4.	Тема 4. Види іміджу та їх соціально-психологічна характеристика.	8
5.	Тема 5. Формування конкретної мети при створенні іміджу. Фактори впливу на формування індивідуального іміджу.	10
6.	Тема 6. Створення корпоративного іміджу.	8
7.	Тема 7. Підтримка, збереження та покращення іміджу.	10
	<b>Разом:</b>	<b>58</b>

#### 6.2. Самостійна робота (заочна форма)

№з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Поняття про імідж.	9
2.	Тема 2. Імідж як об'єкт наукового дослідження.	11

3.	Тема 3. Соціально-психологічна природа іміджу.	11
4.	Тема 4. Види іміджу та їх соціально-психологічна характеристика.	11
5.	Тема 5. Формування конкретної мети при створенні іміджу. Фактори впливу на формування індивідуального іміджу.	14
6.	Тема 6. Створення корпоративного іміджу.	12
7.	Тема 7. Підтримка, збереження та покращення іміджу.	12
	<b>Разом:</b>	<b>80</b>

## **7. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ**

### **Методичні рекомендації до організації самостійної роботи.**

#### ***Питання для самостійної роботи.***

1. Поняття корпоративного іміджу.
2. План створення корпоративного іміджу: визначення мети та цільових установок фірми (організації), аналіз адекватності вимог та реальності втілення.
3. Врахування репутації та інших характеристик об'єкту при створенні відповідного іміджу.
4. Визначення цільової аудиторії – реципієнтів іміджу.
5. Створення зовнішнього іміджу відповідно до цільової установки:
6. Продукція (послуги) як основна характеристика іміджу.
7. Зовнішні фактори, що впливають на імідж: престижність місце розташування, дизайн та функціональність приміщення.
8. Зовнішні аксесуари (символіка фірми): їх види та призначення.
9. Корпоративний стиль, як знакова система.
10. Реклама і використання засобів масової інформації у створенні іміджу.
11. Робота по підтримці і збереженню іміджу:
12. Ставлення до фірми її працівників: корпоративна етика та корпоративна поведінка.
13. Запобігання факторам, що здатні зруйнувати імідж та їх класифікація.
14. Заходи по відновленню іміджу, якому завдана шкода.

#### ***Тематика есе:***

1. Імідж політичного діяча (за власним вибором).
2. Імідж «зірки» шоу-бізнесу (за власним вибором) .
3. Імідж корпорації (за власним вибором).
4. Імідж професії (за власним вибором).
5. Власний імідж, як імідж особистості та професіонала.

Дослідити особливості іміджу суб'єкта порівняно з іншими досліджуваними. Визначити ступінь ефективності іміджу відповідно до проаналізованої мети його створення. Сформулювати рекомендації щодо покращення проаналізованого іміджу.

**Словник:** імідж, сімеотика, імеджеологія, іміджмейкер, технології іміджування, когнітивний дисонанс, індивідуальний імідж, предметний імідж, груповий імідж, корпоративний імідж, стереотипи, індивідуалізація, особистість, середовище ний імідж, статусний характер речей, індивідуальний характер речей, габі тарний імідж, кінетичний імідж, вербальний імідж, адекватність, цільова аудиторія, концепція іміджу, репутація, види іміджу, реципієнт іміджу.

## **8. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ**

- лекція;
- бесіда;
- пояснювально-ілюстративний;
- проблемно-пошуковий;
- наочний;
- аналітичний;
- практичний;
- компетентністний (підбір практичних завдань, максимально наближених до професійних).

## **9. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА**

Вивчення навчальної дисципліни передбачає використання LMS Moodle - інтегрованої комп'ютерної системи закладу вищої освіти.

## **10. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ**

### **10. 1. Основна література**

1. Атаманська К. І. Теоретичні аспекти поняття іміджу в наукових дослідженнях. Проблеми сучасної педагогічної освіти . Педагогіка і психологія. 2012. – Вип. 37 (2), С. 28 – 32.
2. Калениченко Р. А. Психологія іміджу : навч. посіб. – К. : КиМУ, 2008. - 102 с.
3. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К. : Вид-во Європейського ун –ту, 2005. – 324 с.
4. Сухолова М. А. Професійний імідж викладача вокалу: сутність поняття. Кам'янець-Подільський: НУ ім. І. Огієнка, Інститут педагогіки НАПН України . Серія: Педагогічна освітаб теорія і практика. Зб. наук. праць. 2018. Вип. 25 (2), Ч. 2. С. 103 – 108.
5. Сухолова М. А. Навчальна програма спецкурсу «Сценічний імідж вокаліста» / Маріанна Анатоліївна Сухолова. Мукачево : Вид.-во МДУ, 2019. – 17 с.

### **10. 2. Допоміжна література**

1. Барна Н. В., Уланова С. І. Естетика іміджмейкінгу. Монографія. К.: Слово, 2012. -176 с.
2. Будько О. Технології формування іміджу шоу-зірки (на прикладі Руслани)/ Діалог.,2012. Вип. 15. С. 431 – 433.
3. Гусева Л. О. Особливості іміджу музичного виконавця в досягненні успіху на

сцені / Культурно-мистецькі обрії. 2016 . зб. наук. праць. К, : НАКККіМ, 2016, Ч. 2, С .82 –83.

4. Сухолова М. А. Виконавський артистизм як складова сценічного іміджу. Психолого-педагогічні проблеми соціалізації особистості в сучасних умовах: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Київ, 2020. – С. 144 – 146.
5. Маценко В. Технологія іміджу. –К.: Главник, 2005 – 96 с.
6. Манько С. Б. Створення стилю-іміджу артиста в контексті сучасної масової культури (на прикладі українських естрадних виконавців). Культура України. Мистецтвознавство. 2017. Вип. 56. С. 170 – 180.
7. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз. Київ, 1996.

### **10. 3. Інформаційні ресурси в мережі Internet**

1. <http://psychology.vuzlib.net/>
2. [https://www.youtube.com/watch?v=cwG7xU\\_qF4](https://www.youtube.com/watch?v=cwG7xU_qF4)
3. <https://www.youtube.com/watch?v=DEGg9KG7ujg>
4. <https://www.youtube.com/watch?v=GbQgl1GtU6s>
5. <https://www.youtube.com/watch?v=2nw3ijZKm5c>
6. <https://www.youtube.com/watch?v=ngum9bxhLAI>
7. <https://www.youtube.com/watch?v=joWh-wcjlR8>