

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

(найменування центрального органу виконавчої влади у сфері освіти і науки)

Національний університет «Запорізька політехніка»

(повне найменування закладу вищої освіти)

Кафедра Загальноправових та політичних наук

(найменування кафедри, яка відповідає за дисципліну)

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Формування та розвиток іміджу

спеціальність 052 Політологія

(код і назва спеціальності)

освітня програма (спеціалізація) _____

(назва спеціалізації)

інститут, факультет Інститут управління та права, Юридичний факультет

(назва інституту, факультету)

мова навчання українська

Запоріжжя – 2019 рік

програма «Формування та розвиток іміджу» для студентів
(назва навчальної дисципліни)

спеціальності _____,
освітня програма (спеціалізація) _____
(назва освітньої програми (спеціалізації))

«_____» _____, 20__ року - _____ с.

Розробники: Попович Я.М., доцент кафедри загальноправових та політичних наук, к.філос.н.
(вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

програма затверджена на засіданні кафедри
Загальноправових та політичних наук

Протокол від «_____» _____ 20__ року № _____

Завідувач кафедри Загальноправових та політичних наук
(найменування кафедри)

«_____» _____ 20__ року _____ (_____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Схвалено науково-методичною комісією _____ факультету

(найменування факультету)

Протокол від «_____» _____ 20__ року № _____

«_____» _____ 20__ року Голова _____ (_____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Узгоджено групою забезпечення освітньої програми* _____

«_____» _____ 20__ року Керівник групи _____ (_____
(підпис) (прізвище та ініціали)

*Якщо дисципліна викладається невипусковою кафедрою

_____ 20__ рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»	Нормативна	
	Напрямок підготовки 052 «Політологія»		
Модулів – 1	Спеціальність:	Рік підготовки	
Змістових модулів – 2		4-й	4-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання _____ (назва)		Семестр	
Загальна кількість годин – 90		8-й	8-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 7 семестр - 18 год. самостійної роботи студента – 7 семестр – 6 год.	Освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр	Лекції	
		10 год.	4 год.
		Практичні	
		20 год.	4 год.
		Лабораторні	
		0 год.	0 год.
		Самостійна робота	
		60 год.	82 год.
		Індивідуальні завдання:	
		0 год.	
		Вид контролю:	
		Залік	залік

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Формування та розвиток іміджу» є дослідження проблем сучасної політичної іміджології в контексті використання політичних, іміджевих та комунікаційних технологій, механізмів впливу іміджу, особливостей та засобів формування політичного іміджу. Сприяти розширенню світогляду студентів через розвиток аналітичного мислення, осягнення етично-естетичних моделей іміджу, психологічних знань та навичок для вирішення проблем комунікації і професійної реалізації.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Формування та розвиток іміджу» є

- прилучити студентів до теоретичних основ функціонування образних систем у житті людини,
- сформувати навички свідомого використання іміджевих характеристик у різних сферах життєдіяльності,
- навчити технікам побудови і управління іміджем,
- навчити вести коучинг-консультації,

-роз'яснити системи маніпулятивних технологій впливу на масову свідомість задля розвитку критичного мислення, підвищення етичної складової власної роботи,

- представити ретроспекцію іміджевої інформації в історії науки і культури,
- у співтворчій праці із студентами визначити іміджеві алгоритми лідерства,
- надати базові вміння побудови корпоративного іміджу,
- спонукати учасників навчання до вироблення складових державного іміджу.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- представити ретроспекцію іміджевої інформації в історії науки і культури,
- у співтворчій праці із студентами визначити іміджеві алгоритми лідерства,
- надати базові вміння побудови корпоративного іміджу,
- спонукати учасників навчання до вироблення складових державного іміджу;

вміти:

- Оцінювати та свідомо будувати власний імідж,
- Аналізувати і формувати імідж персони та корпорації,
- Готувати й проводити самопрезентації, корпоративні презентації,
- Вести первинні коучинг-консультації,
- Розробляти проєктні програми різних видів іміджу

Міждисциплінарні зв'язки

У концептуальному, інформаційному і логічному плані даний курс тісно пов'язаний з іншими дисциплінами блоку політологічних, соціологічних та управлінських наук: «Політичним маркетингом», «Політичним менеджментом», «Політичною рекламою», «Соціологією», «Психологією», «Політичною психологією», «Історією», «Адміністративним управлінням», «Політичними технологіями», «PR», «Філософією». Разом із цими дисциплінами «Політичну іміджологію» для студентів-політологів варто розглядати як складову частину процесу формування світоглядної культури майбутніх фахівців та формування досвідчених, кваліфікованих політологів, ознайомлених з іміджмейкерством, здатних працювати у різних галузях політичної науки та практики сучасності.

2. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічне підґрунтя політичного іміджу.

Тема 1. Імідж як історико-культурний феномен, складова цивілізації

Природа іміджу та визначення поняття «політичний імідж». Різноманітність підходів до визначення поняття політичного іміджу з точки зору журналістики, психології, соціології, реклами, маркетингу, PR та ін. Практична значимість іміджу та його вплив на успіх людини. Трактатування іміджу у сучасній закордонній та українській науковій літературі.

Імідж як важливе джерело інформації про об'єкт. Знакова поведінка та закономірності символічного порядку як основа формування іміджу. Імідж як символічний посередник між суспільством і людиною. Імідж як стиль і форма поведінки людини. Мета та поліфункціональність іміджу. Структура та етапи створення іміджу. Імідж як міфологічний архетип. Імідж як тип і як образ.

Понятійно-категоріальний апарат політичного іміджмейкінгу. Поняття, характерні ознаки і властивості іміджу. Види і типи політичного іміджу.

Тема 2. Особливості і складові політичної іміджології.

Поняття та сутність загальнонаціональної іміджології як наряду зі створення і підтримки іміджу окремої країни, політичних союзів, партій, суспільно-політичних рухів

світового масштабу. Фактори впливу на імідж країни. Причини, що заважають формуванню національної свідомості, підвищенню загальнонаціонального іміджу.

Державна іміджологія як діяльність з іміджування урядів, парламенту, міністерств, політичних партій, суспільних рухів тощо. Проблеми іміджбілдингу України. Фактори нестабільності відносин з Росією. Параметри, що створили негативний імідж України. Державна Програма забезпечення позитивного міжнародного іміджу України та основні завдання її реалізації.

Особливості формування іміджу президентів, прем'єр-міністрів, лідерів засобами особистісної політичної іміджології. Фактори та алгоритм конструювання і підтримки іміджу політичного лідера. Проблеми формування іміджу політичного діяча. Взаємозв'язок національного та особистісного політичного іміджу.

Управління іміджем. Роль масової психології для іміджології. Особливості іміджів перехідного періоду. Імідж капіталізму та імідж комунізму. Іміджологія як теорія природних ієрархій. Імідж в структурі комунікативного простору.

Тема 3 Політичне іміджмейкерство як професійна діяльність.

Імідж і його роль в політиці. Історія поняття «імідж» та основні теорії іміджу. Співвідношення понять «імідж», «образ», «репутація», «авторитет», «престиж». Вимоги до створення стратегічного образу. Позитивний та негативний стратегічний образ.

Вимоги до професійних якостей іміджмейкера. Побудова стійкого, позитивного іміджу політика відповідно до вимог і очікувань електорату, забезпечення ефективної роботи політика у структурі влади як основні напрямки роботи іміджмейкера. Захист іміджу політика, превентивні заходи щодо нейтралізації негативного іміджу.

Змістовний модуль 2. Практика політичного іміджмейкінгу

Тема 4. Психологічні моделі політичного іміджу

Імідж політика та завдання його формування. Сутність та структура політичного іміджу. Стратегія та тактика конструювання іміджу політика. Соціально-психологічні механізми формування політичного іміджу. Етапи формування політичного іміджу.

Функції, класифікації та структура політичного іміджу. Елементи структури політичного іміджу. Імідж як проекція архетипу. Роль політичної міфотворчості в побудові іміджу. Прийоми формування іміджу лідера. Принципи й закони створення іміджу політичного діяча. Іміджі українських політиків. Іміджі російських політиків. Імідж політичної партії та національний імідж держави.

Політична ідентифікація, напрями та шляхи позиціонування як способи побудови іміджу.

Сутність психологічних моделей. Загальні вимоги до моделей іміджу та їх змістова характеристика Проста трипроменева модель, чотирипроменева модель, трипроменева модель іміджу типу «особистість - діяльність - відносини», шістьнадцятифакторна модель, п'ятифакторна модель, двополюсна.

Характеристика типів іміджу за цілеспрямованістю PR-діяльності: природний імідж та штучний. Психологічні моделі іміджу за ступенем раціональності сприйняття: когнітивний; емоційний, почуттєвий.

Тема 5. Технології формування політичного іміджу.

Формування іміджу з опорою на «ідеальний образ» кандидата. Сценарний підхід до побудови політичного іміджу. Використання соціально-психологічних феноменів «контрасту» і «подібності».

Вплив закономірностей соціальної перцепції на сприйняття іміджу. Маніпулювання в системі засобів іміджології. Прийоми емоціоналізації, вербалізації й візуалізації. Ідентифікація та архаїзація як методи формування політичного іміджу. Опитування громадської думки. Використання технік нейролінгвістичного програмування в іміджмейкінгу. Застосування

іміджу.												
Зовнішній і внутрішній іміджі держави та нації			2									
Разом за змістовим модулем 2		4	12									
Усього годин		10	20									
ІНДЗ			-	-		-			-	-	-	
Усього годин												

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Імідж як історико-культурний феномен, складова цивілізації	2
2	Історія становлення політичної іміджелогії	
3	Особливості і складові політичної іміджелогії	2
4	Політичне іміджмейкерство як професійна діяльність.	2
5	Політичний імідж.	2
6	Психологічні моделі політичного іміджу	2
7	Імідж організації	2
8	Технології формування політичного іміджу.	2
9	Спеціальні види іміджу.	2
10	Зовнішній і внутрішній іміджі держави та нації.	2
	Разом	20

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Імідж як феномен сучасного світу.	5
2	Історія становлення політичної іміджелогії.	5
3	Особливості і складові політичної іміджелогії.	6
4	Політичне іміджмейкерство як професійна діяльність.	6
5	Імідж організації.	6
6	Політичний імідж.	8
7	Психологічні моделі політичного іміджу.	8
8	Технології формування політичного іміджу.	8
9	Спеціальні види іміджу	
	Разом	

9. Індивідуальні завдання

10. Методи навчання

Практичні заняття, робота з літературою.

11. Методи контролю

Для студентів денної форми навчання: усне опитування на практичних заняттях, аудиторна контрольна робота.

Для студентів заочної форми навчання: захист контрольної роботи.

12. Розподіл балів, які отримують студенти

Приклад для екзамену

Поточне тестування та самостійна робота								Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T 8	100	100
12	12	12	12	12	12	12	16		

T1, T2 ... T9 – теми змістових модулів.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	відмінно	зараховано
85-89	добре	
75-84		
70-74	задовільно	
60-69		
35-59	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

13. Методичне забезпечення

-

14. Рекомендована література

1. Барна Н. В. Іміджологія: навч. посібник. Київ : Ун-т «Україна», 2008. 217 с.
2. Вылегжанин Д. А. Введение в политическую имиджологию. Москва : Флинта, 2008. 136 с.
3. Логунова М. Політична іміджологія. Київ: Вид-во. НАДУ, 2004. 104 с.
4. Ольшанский Д. Политический PR. Санкт-Петербург : «Питер», 2003. 544 с.
5. Палеха Ю. І. Іміджологія. Київ : Вид-во Європейського ун-ту, 2004. 324 с.
6. Политическая имиджология / Под ред. А. А. Деркача, Е. Б. Перельгиной и др. Москва: Аспект Пресс, 2006. 400 с.
7. Политические коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов. Москва : Аспект Пресс, 2004. 332 с.

8. Политические технологии: PR и реклама: Учеб. пособие для студентов вузов. Москва : Аспект Пресс, 2005. 317 с.
9. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. Москва : СمارтБук, 2009. 576 с.
10. Психологические основы «Паблік рилейшнз». 2-е изд. / Е. Богданов, В. Зазыкин. Санкт-Петербург : Питер, 2003. 208 с.
11. Сучасний виборчий PR: Навчальний посібник / В. В. Лісничий, В. О. Грищенко, В. М. Іванов та ін. Київ : ВД «Професіонал», 2004. 384 с.
12. Шестопап Е. Б. Политическая психология : Учеб. для вузов. Москва : ИНФРА-М, 2002. 446 с.

Додаткова:

1. Барна Н. В. Естетика іміджмейкінгу : монографія. Київ : Слово, 2012. 170 с.
2. Бебик В. М. Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг: Навч.-метод. посіб. Київ : МАУП, 2001. 216 с.
3. Дурдин Д.М. «Образ» политического лидера и возможности его изменения // *Полис*. 2000. № 2. С. 133-151.
4. Замятин Д. Н. Национальные интересы как система «упакованных» политико-географических образов // *Политические исследования*. 2000. № 1. С. 78-81.
5. Корнієнко В. О. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації : монографія . Вінниця : Універсум-Вінниця, 2009. 144 с.
6. Королько В. Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи. Методика. Практика. Київ : Скарби, 2001. 399 с.
7. Кошелюк М. Е. Технологии политических выборов. Санкт-Петербург: Питер, 2004. 239 с.
8. Левченко І. Формування іміджу політичного лідера // *Нова політика*. 2000. № 5. С. 48-52.
9. Политика и личность / под ред. Й. Поллака, Ф. Загера, У. Сарцинелли, А. Циммер ; науч. ред. В. П. Третьякова ; пер. с нем. С. С. Димитрова. Харьков : Гуманитар. Центр, 2012. 287 с.
10. Политическая имиджелогия: Монография / Под общ. науч. ред. Л. Г. Лаптева, Е. А. Петровой. Москва : РИЦ АИМ, 2006. 391 с.
11. Политическая психология: учебное пособие для вузов / Под общей ред А. А. Деркача, В. И. Жукова. Москва : Академический проект, 2003. 861с.
12. Руденко С. Вся премьерская рать. Київ : «САММИТ-КНИГА», 2007. 232 с.
13. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління. Київ. : МАУП, 2001. 104 с.
14. Теория и практика рекламы. Учебник / Под ред. В. В. Тулупова. Санкт-Петербург: Изд-во Михайлова В. А., 2006. 528 с.
15. Тітаренко Т.В. Імідж України в Росії на початку ХХІ століття // *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. (Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка). К., 2011. Випуск 101 . Частина 2. С.180-190.
16. Хомуленко Т. Б., Падафет Ю. Г., Скориніна О .В. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2005. 272 с.
17. Шепель В. М. Имиджелогия. Секреты личного обаяния. Ростов н/Д. : Фенікс, 2005. 474 с.

Інформаційні ресурси:

1. Богуш Д. Міжнародний імідж України: проблеми і перспективи URL: <http://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4b843f0bd3e45/> (дата звернення: 15.03.2019).
2. Зубик О. Імідж України: погляд з-за меж URL: <http://experts.in.ua/baza/analytic/> (дата звернення: 31.03.2019).
3. Міжнародний імідж України: міфи й реалії / Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова URL: http://www.razumkov.org.ua/journal_pos.php?y=2000&cat=3&pos=5 (дата звернення: 31.08.2019).

4. Мінняйло В. Радіо Свобода Україну в світі знають за корумпованість та безвідповідальність URL: <http://ngo.donetsk.ua/ukrsociety/2194> (дата звернення: 16.04.2019).
5. Остапа С. Формування позитивного іміджу. Українська Всесвітня координаційна рада. Вісник за травень 2002 URL: <http://www.news.ce.lviv.ua> (дата звернення: 12.05.2019).
6. Паблік рилейшнз и имиджелогия URL: http://library.cjes.org/online/?a=con&b_id=331&c_id=2910 (дата звернення: 12.05.2019).
7. Утлик Э. П. К вопросу о теоретической базе имиджологии URL: <http://www.pandia.org/text/78/268/6100.php> (дата звернення: 12.05.2019).