

ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
“ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ”
МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи
О.І. Гура
“ 30 ” листопада 2015 р
Ідентифікаційний код 02122249

ПОЛІТИЧНА ІМІДЖЕЛОГІЯ

ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
підготовки бакалаврів
напряму 6.030104 – «Політологія»

(ДВ 4.11 «Політична іміджелогія»)

КАФЕДРА ПОЛІТОЛОГІЇ

2015 рік

Робоча програма «Політична іміджологія» для студентів
за напрямом підготовки 6.030104 – «Політологія»
«27» серпня 2015. - 9 с.

Розробник: Мальована Юлія Геннадіївна, к.політ.н., доцент кафедри політології

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри політології
Протокол від «27» серпня 2015 року № 1
Завідувач кафедри _____ Є. Г. Цокур
« _____ » _____ 2015 року

Схвалено науково-методичною радою факультету соціології та управління
Протокол від «31» серпня 2015 року № 1
Голова _____ О.С. Маліновська

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки/ спеціальність, рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень)	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 2,3	Галузь знань 0301 - “Соціально-політичні науки”	За вибором	
Змістових модулів – 2	Напрямок підготовки 6.030104 – “Політологія”	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин - 81		2-й	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 3,4	Рівень вищої освіти: бакалаврський	Лекції	
		14 год.	
		Семінарські	
		16 год.	
		Самостійна робота	
		51 год.	
		Вид контролю: залік	

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної роботи становить:
для денної форми навчання – 30 год.: 51 год. (1:1,7)

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою курсу є дослідження проблем сучасної політичної іміджології в контексті використання політичних, іміджевих та комунікаційних технологій, механізмів впливу іміджу, особливостей та засобів формування політичного іміджу.

Завдання:

1. Засвоїти концептуальні засади політичної іміджології.
2. Розглянути історію її вивчення та сучасний стан.
3. Вивчити стратегію, тактику і техніки формування іміджу політичного суб’єкту.
4. Дослідити специфіку політичної іміджу українських діячів.
5. Виробити професійний погляд на іміджмейкерство з метою подальшого використання отриманих знань на практиці.

У результаті вивчення курсу студент повинен

Знати:

1. Теоретико-методологічну базу політичної іміджології, ключові поняття з навчальної дисципліни.
2. Особливості і складові політичної іміджології.
3. Історію та основні етапи розвитку іміджу.
4. Основні функції та типологію політичного іміджу.
5. Принципи й закони створення іміджу політичного діяча.
6. Ознайомитися з історією психології іміджу: вивчення образу в українській та зарубіжній науці, з теорією діяльності, дослідженнями спілкування і соціального пізнання.
7. Спеціальні види політичного іміджу.

Вміти:

1. Створювати особистий імідж.
2. Володіти механізмами впливу імідж-образу на масову свідомість.
3. Володіти навичками колористики та стилістики.
4. Володіти навичками сучасного іміджмейкера зі створення іміджу фірми, корпорації, партії крізь призму людського фактора.
5. Творчо підходити до характеристики іміджу політичного лідера та його трансформації.
6. Складати приблизний проект-програму створення різних видів іміджу.
7. Аналізувати політичний імідж з точки зору його адекватності ситуації та ефективності.

8. Вивчати психологію аудиторії, враховувати її настрої при рішенні конкретних професійних завдань.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль I. Теоретико-методологічні засади політичної іміджології.

Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу.

Тема 2. Історія становлення політичної іміджології.

Тема 3. Особливості і складові політичної іміджології.

Тема 4. Політичне іміджмейкерство як професійна діяльність.

Тема 5. Імідж організації.

Змістовий модуль II. Практика політичного іміджмейкінгу.

Тема 1. Політичний імідж.

Тема 2. Психологічні моделі політичного іміджу.

Тема 3. Технології формування політичного іміджу.

Тема 4. Спеціальні види іміджу.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин										
	денна форма						Заочна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі				
		л	с/п	лаб	сам.роб.		л	с/п	лаб	сам.роб.	
					інд.завд. (за наявності)					інд.завд. (за наявності)	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні засади політичної іміджології.											
Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу.	6		2		4						
Тема 2. Історія становлення політичної іміджології.	6	2			4						
Тема 3. Особливості і складові політичної іміджології.	6	2	2		2						
Тема 4. Політичне іміджмейкерство як професійна діяльність.	8	2	2		4						
Тема 5. Імідж організації.	10	2	2		6						
Разом за змістовим модулем 1	36	8	8		20						
Змістовий модуль 2. Практика політичного іміджмейкінгу.											
Тема 6. Політичний імідж.	12	2	2		8						
Тема 7. Психологічні моделі політичного іміджу.	8	2	2		4						
Тема 8. Технології формування політичного іміджу.	14	2	2		10						
Тема 9. Спеціальні	11		2		9						

види іміджу.													
Разом за змістовим модулем 2	45	6	8		31								
Усього годин	81	14	16		51								

5. Теми лекційних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Історія становлення політичної іміджології.	2
2	Особливості і складові політичної іміджології.	2
3	Політичне іміджмейкерство як професійна діяльність.	2
4	Імідж організації.	2
5	Політичний імідж.	2
6	Психологічні моделі політичного іміджу.	2
7	Технології формування політичного іміджу.	2
	Усього:	14

6. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Імідж як феномен сучасного світу.	2
2	Особливості і складові політичної іміджології.	2
3	Політичне іміджмейкерство як професійна діяльність.	2
4	Імідж організації.	2
5	Політичний імідж.	2
6	Психологічні моделі політичного іміджу.	2
7	Технології формування політичного іміджу.	2
8	Спеціальні види іміджу.	2
	Усього:	16

7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Імідж як феномен сучасного світу.	4
2	Історія становлення політичної іміджології.	4
3	Особливості і складові політичної іміджології.	2
4	Політичне іміджмейкерство як професійна діяльність.	4
5	Імідж організації.	6
6	Політичний імідж.	8
7	Психологічні моделі політичного іміджу.	4
8	Технології формування політичного іміджу.	10
9	Спеціальні види іміджу.	9
	Усього:	51

Індивідуальні завдання

Індивідуальне завдання з курсу «Політична іміджологія» передбачає підготовку аналітичної довідки за індивідуальним проблемним питанням з курсу (моделювання іміджу політичної партії), виконання електронної презентації після самостійного опрацювання матеріалів щодо еволюції іміджу обраного політика.

8. Методи навчання

В аспекті передачі і сприйняття навчальної інформації використовуються такі методи навчання: словесні (розповідь, лекція, пояснення, бесіда); наочні (ілюстрація, демонстрація); практичні (практична робота, реферати, аналітичні довідки).

За логікою навчального процесу та пізнання використовуються аналітичний, синтетичний, аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний методи.

В аспекті самостійної діяльності: навчальний модуль, структурно-логічні схеми; вибіркові тести і задачі аналітичного та графічного змісту.

За способом керівництва навчальною діяльністю безпосередні або опосередковані (виокремлюють навчальну роботу під керівництвом викладача й різноманітні методи організації самостійної роботи студентів);

Відповідно до характеру пізнавальної діяльності студентів по засвоєнню змісту курсу та рівня самостійної розумової діяльності використовуються методи: пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові та дослідницькі.

В аспекті діяльності в колективі: методи стимулювання і мотивації обов'язку і відповідальності в навчанні (роз'яснення мети навчального предмету, вимоги до вивчення предмету); методи активізації: навчальна дискусія (аналіз конкретних ситуацій, метод активного програмного навчання, метод ігрового проектування, мозкова атака, дискусія та диспут), проблемна лекція.

За відповідним етапом навчання, на кожному з яких розв'язують специфічні завдання (орієнтація на методи підготовки тих, кого навчають, до вивчення матеріалу, що передбачає пробудження інтересу, пізнавальної потреби, актуалізацію базових знань, необхідних умінь і навичок; на методи вивчення нового матеріалу; на методи конкретизації й поглиблення знань, набуття практичних умінь і навичок, які сприяють використанню пізнаного; на методи контролю й оцінки результатів навчання).

9. Методи контролю.

Основні методи усного контролю здійснюються у вигляді індивідуального та фронтального опитування студентів, бесіди, тлумачення певних теорій, ідей, поглядів професійних явищ тощо. Письмовий контроль забезпечує глибоку й всебічну перевірку опанування програмного матеріалу та здійснюється у вигляді контрольних робіт, самостійних письмових робіт, аналітичних завдань, тестувань.

Поточний контроль здійснюється у повсякденній навчальній діяльності, під час проведення семінарських занять з метою спостереження за навчальною роботою студентів, перевірки рівня опанування програмного матеріалу, формування практичних навичок та вмінь, їхньої міцності. Крім того, цей вид контролю включає навчально-дослідні завдання для самостійного опрацювання. Поточний контроль має виховний характер, адже спрямований на стимулювання у студентів прагнення систематично самостійно працювати над навчальним матеріалом, підвищувати свій рівень знань.

Періодичний контроль має системний, плановий і цілеспрямований характер. Він полягає у визначенні рівня та обсягу оволодіння знаннями, навичками і вміннями наприкінці вивчення змістового модуля у вигляді самостійної роботи або тестування.

Підсумковий контроль проводиться по закінченні вивчення курсу з метою оцінювання розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, уміння сформулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо. Залік виставляється на підставі результатів виконання студентом усіх видів запланованої навчальної роботи протягом семестру: аудиторної роботи під час лекційних, практичних, семінарських, занять, самостійної роботи при виконанні навчально-дослідних завдань, тестувань, результатів співбесіди на заліку.

10. Критерії оцінювання та система накопичення балів.

1. Участь у семінарському занятті шляхом підготовки повноцінної відповіді на питання з використанням наукової літератури – від 1 до 5 балів.
2. Робота на лекції: ведення конспекту, відповіді на питання, які виникають під час проведення лекції – 0,5 бали.
3. Доповнення на семінарському занятті – до 2 балів (в залежності від глибини доповнення).

Оцінювання відповідей на семінарському занятті:

- 5 балів – чітка повна змістовна відповідь на питання, оперування багатьма теоретичними поняттями, висока аргументованість відповіді, переконливе демонстрування власної авторської позиції;
- 4 бали – все вище перелічене, але за відсутності авторської позиції;
- 3 бали - поверхневий виклад матеріалу;
- 2 бали – змістовне доповнення;
- 1 бал – коротке доповнення.

Розподіл балів, які отримують студенти.

Поточне тестування та самостійна робота						Сума
Модульна атестація Змістовий модуль 1		Модульна атестація Змістовий модуль 2		ІДЗ	Залік	
Форми роботи	К-ть балів	Форми роботи	К-ть балів			
1. Робота на лекції: конспект, відповіді на питання, які виникають під час проведення лекції	2	1. Робота на лекції: конспект, відповіді на питання, які виникають під час проведення лекції	2			4
2.Доповнення на семінарі	8	2.Доповнення на семінарі	8			16
3.Повноцінна відповідь на семінарі	20	3.Повноцінна відповідь на семінарі	20			40
Разом	30	Разом	30			60
				20	20	100

Поточне тестування та самостійна робота			Залік	Сума
Модульна атестація	Модульна атестація	Індивідуальне завдання (за наявності)	20	100
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	20		
30	30			

Шкала оцінювання: національна та ECTS

ЗА ШКАЛОЮ ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
Fx	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		

Оцінка «відмінно» / за європейською шкалою ECTS A/90 – 100 : ставиться студенту, що виявляє систематизовані, тверді, глибокі й повні знання з усіх розділів навчальної програми, а також з основних питань, що виходять за її межі; творчо й самостійно працює на семінарських заняттях, відповіді аргументовані викладенням своєї позиції, де це необхідно, активне бере участь

у групових обговореннях; точно використовує наукову термінологію; проявив тверді навички й уміння творчо застосувати теоретичні знання на практиці; продемонстрував знання сучасної навчальної й наукової літератури; стилістично грамотно, логічно правильно відповідає на всі питання на заліку й додаткові питання; демонструє здатність до аналізу й співставлення різних підходів до рішення заявленої проблематики; підтверджує теоретичні постулати прикладами із політичної практики; повністю, творчо і грамотно виконано індивідуальне завдання.

Оцінка «добре» / за європейською шкалою ECTS B/85 – 89 та C/75 – 84 : ставиться студенту, який виявив повне знання програмного матеріалу; показав систематичний характер знань і здатний до самостійного їхнього поповнення в ході подальшого навчання; самостійно працює на семінарських заняттях, прагне аргументовано відстоювати своє бачення проблеми, періодично приймає участь у групових обговореннях; успішно орієнтується в основних теоріях, концепціях і напрямках з даної дисципліни й дає їм критичну оцінку; засвоїв основну й найбільш важливу додаткову літературу; без істотних недоліків відповів на всі питання екзаменаційного білету, але деякі відповіді є не зовсім повними; при відповідях на додаткові запитання виявляє знання логічних зв'язків питань заліку з іншими розділами курсу, але відповіді недостатньо чіткі; індивідуальне завдання виконано, але з незначною помилкою.

Оцінка «задовільно» / за європейською шкалою ECTS D/70 – 74 та E/60 – 69 : ставиться студенту, який проявив із всіх питань знання тільки основного матеріалу, але не засвоїв деталі, допускаючи помилки принципового характеру; має необхідні знання для усунення допущених помилок під керівництвом викладача; орієнтується в базових теоріях, концепціях і напрямках з досліджуваної дисципліни й дає їм порівняльну оцінку; самостійно працює на семінарських заняттях, але проявляє прикутість до тексту підручника, іноді приймає участь у групових обговореннях; при відповідях на додаткові питання не може узгодити матеріал із суміжними розділами курсу, у цілому засвоїв основну літературу; індивідуальне завдання виконано, але неповністю або наявні помилки.

11. Методичне забезпечення

1. Політична іміджелогія: Навчальна програма курсу/ Укладач: Мальована Ю.Г. – Запоріжжя: ЗНУ, 2015. – 13 с.
2. Робоча програма навчальної дисципліни «Політична іміджелогія».
3. Методичне забезпечення семінарських занять з курсу «Політична іміджелогія».
4. Варіанти завдань для самостійної та індивідуальної роботи студентів з курсу «Політична іміджелогія».
5. Теоретичні й практичні питання для заліку з курсу «Політична іміджелогія».
6. Методичне забезпечення самостійної роботи з курсу «Політична іміджелогія».
7. Контрольні завдання і тести з курсу «Політична іміджелогія».
8. Карта забезпечення навчальною літературою з курсу «Політична іміджелогія».
9. Презентації до курсу «Політична іміджелогія».

12. Рекомендована література

Основна

1. Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посібник. – К. : Ун-т «Україна», 1997. – 217 с.
2. Ольшанский Д. Политический PR. – СПб. : «Питер», 2003. - 544 с.
3. Палеха Ю. І. Іміджелогія. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2004. – 324 с.
4. Политическая психология: Учебное пособие для вузов / Под общей ред А. А. Деркача, В. И. Жукова. – М. : Весь мир, 2003. – 858 с.
5. Политические коммуникации: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. А. И. Соловьёва. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 332 с.
6. Политические технологии: PR и реклама: Учеб. пособие для студентов вузов / Т. Э. Гринберг. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 317 с.
7. Почепцов Г. Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента. – К. : Изд-во СП «Адеф-Украина», 1997. – 140 с.
8. Психологические основы «Паблик рилейшнз» / Е. Богданов, В. Зазыкин. – 2-е изд. - СПб. : Питер, 2003. – 208 с.
9. Руденко С. Вся премьерская рать. – К. : «САММИТ-КНИГА», 2007. – 232 с.

10. Сучасний виборчий PR: Навчальний посібник / В. В. Лісничий, В. О. Грищенко, В. М. Іванов та ін. – К. : ВД «Професіонал», 2004. – 384 с.

Додаткова

1. Бебик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент. - К. : МАУП, 1996. – 144 с.
2. Бебик В. М. Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг: Навч.-метод. посіб. – К. : МАУП, 2001. – 216 с.
3. Браун Л. Имидж - путь к успеху / Пер. с англ. – СПб. : Питер, 1996. – 284 с.
4. Дурдин Д.М. «Образ» политического лидера и возможности его изменения // Полис. – 2000. - № 2. – С. 133-151.
5. Зазыкин В. Г., Белоусова И. Э. Психологические характеристики эффективного политического имиджа. – М. : РАГС, 1999. - 86 с.
6. Замятин Д. Н. Национальные интересы как система «упакованных» политико-географических образов // Политические исследования. - 2000. - № 1. - С. 78-81.
7. Замятина Н. Ю. Модели политического пространства // Политические исследования. - 1999. - № 4. – С. 29-42.
8. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR. – СПб.: СОЮЗ, 1997. – 288 с.
9. Имидж лидера: Психологическое пособие для политиков. – М.: Знание, 1994. - 265 с.
10. Королько В. Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи. Методика. Практика. – К. : Скарби, 2001. – 399 с.
11. Кошеляк М. Е. Технологии политических выборов. – СПб. : Питер, 2004. – 239 с.
12. Лебон Г. Психология народов и масс. – СПб. : Изд. «Макет», 1995. – 316 с.
13. Левченко І. Формування іміджу політичного лідера // Нова політика. – 2000. - № 5. – С. 48-52.
14. Литвин В. Політична арена України. Дійові особи та виконавці. – К. : Абрис, 1994. – 494 с.
15. Миллер А. И. Образ Украины и украинцев в российской прессе после распада СССР // Политические исследования. - 1995. - № 3. - С. 130-135.
16. Миллер А. И. Образ России и русских в западноукраинской прессе // Политические исследования. - 1995. - № 3. - С. 114-121.
17. Почепцов Г. Г. Имиджелогия: теория и практика. – К. : Изд-во СП «Адеф-Украина», 1998. – 394 с.
18. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. – М. : СмартБук, 2009. – 576 с.
19. Пушкарёва Г. В. Политический менеджмент. – М. : Дело, 2002. – 400 с.
20. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління. – К. : МАУП, 2001. - 104 с.
21. Теория и практика рекламы. Учебник / Под ред. В. В. Тулупова. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 528 с.
22. Шепель В. М. Имиджелогия. секреты личного обаяния. – Ростов н/Д. : Фенікс, 2005. – 474 с.

13. Інформаційні ресурси

1. Богуш Д. Міжнародний імідж України: проблеми і перспективи. - Режим доступу: <http://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4b843f0bd3e45/>
2. Зубик О. Імідж України: погляд з-за меж. – Режим доступу: http://experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=11063&print
3. Міжнародний імідж України: міфи й реалії / Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова. – Режим доступу: http://www.razumkov.org.ua/journal_pos.php?y=2000&cat=3&pos=5
4. Міняйло В. Радіо Свобода Україну в світі знають за корумпованість та безвідповідальність. – Режим доступу: <http://ngo.donetsk.ua/ukrsociety/2194>
5. Остапа С. Формування позитивного іміджу. Українська Всесвітня координаційна рада. Вісник за травень 2002. – Режим доступу: <http://www.news.ce.lviv.ua>
6. Паблік рилейшнз и имиджелогия. – Режим доступа: http://library.cjes.org/online/?a=con&b_id=331&c_id=2910
7. Слісаренко І. Міжнародний імідж України після «Помаранчевої революції»: інформаційні виклики. – Режим доступу: <http://personal.in.ua/article.php?id=111>