

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ
ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан факультету соціології та управління
Ф. Бірюкова
« 22 » серпня 2025 р.

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПОЛІТИЧНА ІМІДЖЕЛОГІЯ

підготовки бакалаврів

денної форми здобуття освіти

освітньо-професійна програма Політологія

спеціальності 052 Політологія

галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки

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

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри політології

Протокол № 1 від "22" серпня 2025 р.
Завідувач кафедри

(підпис)

Є.Г.Цокур
(ініціали, прізвище)

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми

(підпис)

Н.В. Горло
(ініціали, прізвище)

2025 рік



Зв'язок з викладачем:

Е-mail: juliiamalovana@gmail.com

Телефон: (061) 289-15-74 (кафедра)

Інші засоби зв'язку: Moodle (форум курсу, приватні повідомлення); Telegram @Yuliia_Malovana

Кафедра: політології, 4 корп. ЗНУ, вул. Дніпровська, 33а

1. Опис навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Політична іміджелогія» є сформувати у студентів цілісне уявлення про методи й технології формування іміджу політичних партій, лідерів, організацій, держав. Розгляд актуальних проблем ефективного іміджмейкінгу, розкриття основних психологічних законів керування суспільними процесами сприятиме становленню досвідчених, кваліфікованих політологів, ознайомих з науковою теорією іміджезнавства та практикою іміджмейкерства, здатних працювати у різних галузях політичної науки та практики сучасності. Також володіння спеціальною термінологією, орієнтація в персоналіях та реаліях дозволить сформувати у слухачів курсу світоглядну культуру майбутніх фахівців.

Метод «мозкового штурму» розвиває гнучкість та креативність мислення, що сприятиме розвитку емоційного інтелекту та дозволить фахово знаходити найефективніші алгоритми формування політичного іміджу.

Практичні кейси дозволяють розвинути у студентів вміння критично мислити, аналізувати, спонукати їх до того, щоб в процесі дискусії поділитися власними думками, ідеями, знаннями та досвідом.

Інтерактивні форми навчання спонукатимуть до дебатів, полеміки, аргументованого відстоювання власної точки зору, орієнтований на розвиток критично важливих для фахівця у галузі політичних наук навичок якісної аналітики, креативних рішень та ефективної комунікації.

Практичні завдання допомагають сформувати первинні навички створення креативних концепцій, а робота у групах спонукає до розвитку навичок командної роботи, організаційних та лідерських якостей, а також вдосконалити прикладні технології конструювання політичного іміджу держави, партій чи кандидатів.

Використання новітніх інформаційних технологій під час виконання практичних завдань розвине як аналітичні, так і професійні цифрові компетенції студентів.

У концептуальному, інформаційному і логічному плані даний курс тісно пов'язаний з іншими дисциплінами блоку соціально-гуманітарних наук, таких як: «Політичний маркетинг», «Політичні комунікації», «Політичні еліти та лідерство», «Політичні ідеології», «Політичний спічрайтинг», «Політична реклама». Отже, новизна дисципліни полягає у використанні міждисциплінарного підходу при вивченні теоретичних засад політичного іміджування, формуванні вмінь та навичок створення й реалізації ефективних політичних іміджевих кампаній.

2. Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
Статус дисципліни	Обов'язкова	
Семестр	4-й	
Кількість кредитів ECTS	3	
Кількість годин	90	
Лекційні заняття	24 год.	
Семінарські заняття	22 год.	
Практичні заняття		
Лабораторні заняття		

Самостійна робота	44 год.	
Консультації	Розклад розміщення консультацій: дистанційні – субота з 11:00 до 12:00, Zoom - за попередньою домовленістю	
Вид підсумкового семестрового контролю:	залік	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=1586	



3. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Заплановані робочою програмою результати навчання та компетентності	Методи і контрольні заходи
1	2
<p>ЗКО3. Здатність бути критичним і самокритичним.</p> <p>ЗКО4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗКО5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p>ЗКО6. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>РН06. Знати свої права та обов'язки як члена демократичного суспільства та використовувати їх у професійній діяльності.</p> <p>РН05. Вміти використовувати інформаційні та комунікаційні технології у професійній діяльності.</p> <p>РН13. Вміти аналізувати публічну політику на місцевому, національному, європейському та глобальному рівні.</p> <p>РН15. Конструювати дизайн, розробляти програму та виконувати політологічні дослідження з використанням сучасних методів, технологій та інструментарію політичного аналізу.</p> <p>РН16. Презентувати результати теоретичних і прикладних досліджень фахівцям і широкій аудиторії, засобом масової інформації, експертам з інших галузей знань.</p> <p>РН19. Розуміти принципи функціонування та закономірності розвитку влади та публічної політики, політичних інститутів та процесів, політичної поведінки, політичної культури та ідеології, світової політики та політики окремих країн та регіонів.</p>	<p>Методи навчання: відео-, словесні, інтерактивні, проблемні, евристичні, пошукові, дослідницькі, діалогові методи навчання; розповідь, пояснення, метод проблемних ситуацій, навчальний диспут, аналіз практичних кейсів, метод ретроспекції, конспектування, робота з навчальною літературою, текстом.</p> <p>Контрольні заходи: тести, аналітично-пошукове завдання</p>
<p>СК01. Здатність використовувати категорійно-понятійний та аналітичнодослідницький апарат сучасної політичної науки.</p> <p>СК03. Здатність описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах.</p> <p>СК04. Здатність застосовувати інструментарій нормативної та емпіричної політичної теорії, політичної методології, порівняльної та прикладної політології, міжнародних та глобальних студій у фаховій діяльності.</p> <p>СК05. Здатність аналізувати взаємодію політичних акторів та інститутів, владу та урядування, політичні системи та режими, політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування.</p> <p>СК06. Здатність аналізувати публічну політику на місцевому, національному, європейському та глобальному рівні.</p> <p>СК07. Здатність застосовувати теорії та методи</p>	<p>Методи навчання: застосовуються технології: інформаційні, аналіз практичних кейсів, E-learning, дистанційного навчання, проблемного навчання, навчання за технологіями case-study, дискусій і багатосторонніх дебатів, проектного навчання.</p> <p>Контрольні заходи: тести, практичне творче завдання, створення проєкту</p>

<p>прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності.</p> <p>СК08. Здатність конструювати дизайн, розробляти програму та виконувати політологічні дослідження з використанням сучасних методів, технологій та інструментарію політичного аналізу.</p> <p>СК09. Здатність презентувати результати теоретичних і прикладних досліджень для фахівців та нефахівців.</p> <p>СК12. Здатність розуміти принципи функціонування та закономірності розвитку влади та публічної політики, політичних інститутів та процесів, політичної поведінки, політичної культури та ідеології, світової політики та політики окремих країн та регіонів.</p> <p>РНО3. Вміти критично мислити у сфері професійної діяльності.</p> <p>РНО4. Мати навички професійної комунікації.</p> <p>РНО7. Розуміти історію, закономірності та етапи розвитку предметної сфери політології, знати її цінності та досягнення.</p> <p>РНО8. Вміти використовувати базовий категорійно-понятійний та аналітично-дослідницький апарат сучасної політичної науки.</p> <p>РНО10. Вміти описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах.</p> <p>РНО12. Вміти аналізувати взаємодію політичних акторів та інститутів, владу та урядування, політичні системи та режими, політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування.</p>	
--	--

4. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні засади політичної іміджології.

Імідж як феномен сучасного світу.

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. Тракткування 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.

Історія становлення політичної іміджології.

Передумови виникнення політичної іміджології. Іміджологія в комплексі суспільно-гуманітарних наук. Зв'язок іміджології з соціологією, психологією, політичним маркетингом, політичною рекламою, політичним менеджментом, історією, виборчими технологіями, PR, філософією.

Проблеми образу ідеальної держави, ідеального державця в роботах мислителів стародавності, античності, середніх віків і Нового часу. Проблема образу політика в роботах Н.Макіавеллі, Ф.Ніцше, Г.Тарда.

Роль «несвідомого», «колективного несвідомого» і «архетипів» у формуванні образів за З. Фрейдом і К. Юнгом. Вплив на розуміння феномену іміджу біхевіористського напрямку у психології (Джон Б. Уотсон, Б. Едвар Торндайк, Едвард Чейз Толмен, Кларк Халл, Беррес Фредерік Скіннер). Теорія соціальних ролей (Джордж Герберт Мід, Г. Лінтон, Талкотт Парсонс, Еріх Фромм). Теорія

соціальної стратифікації Макса Вебера і Петеріма Сорокіна. Проблема соціальної ідентифікації й соціалізації особистості у працях Т. Парсонса й В.Парето.

Дослідження проблеми іміджу в сучасному його розумінні: на Заході – з 1960-х років, у країнах колишньої соціалістичної співдружності – з кінця 1980-х - початку 1990-х. Розвиток політичного іміджмейкінгу в Україні.

Змістовий модуль 2. Політична іміджелогія та іміджмейкінг

Особливості і складові політичної іміджелогії.

Поняття та сутність загальнонаціональної іміджелогії як напряму 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 іміджелогія як діяльність з іміджування урядів, парламенту, міністерств, політичних партій, суспільних рухів тощо. Проблеми іміджблдингу 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 іміджелогії. 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 іміджелогії. Особливості іміджів перехідного періоду. Імідж капіталізму та імідж комунізму. Іміджелогія як теорія природних ієрархій. Імідж в структурі комунікативного простору.

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.

Змістовий модуль 3. Політичний імідж.

Політичний імідж.

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 зарубіжних політиків. Імідж політичної партії та національний імідж держави.

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

Психологічні моделі політичного 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.

Змістовий модуль 4. Практика політичного іміджмейкінгу.

Імідж організації.

Особливості формування корпоративного іміджу. Корпоративна культура як елемент іміджу організації. Три рівні організаційної культури. Шляхи та засоби досягнення корпоративної ідентичності.

Підходи до побудови іміджу організації: виробничий, іміджмейкерський, менеджерський. Базові структурні моделі іміджу організацій: семикомпонентна, десятикомпонентна. Умови і фактори створення ефективного іміджу та підсилення його позитивних характеристик. Способи коригування та управління іміджем організації.

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 іміджелогії. Прийоми емоціоналізації, вербалізації й візуалізації. Ідентифікація та архаїзація як методи формування політичного іміджу. Опитування громадської думки. Використання технік нейролінгвістичного програмування в іміджмейкінгу. Застосування номіналізацій. Проекція інформації. Використання невизначеності. Гіперболізація інформації як іміджева технологія. Позичування у побудові політичного іміджу.

Політичний перформанс як іміджева технологія. Створення іміджевої легенди. Користування методами політичної міфології з метою прикрашання політичного іміджу чи дискредитації політика. Можливості використання медіа ресурсів при формуванні іміджу. Використання технологій дискредитації конкурента в сучасній практиці політичного суперництва.

Спеціальні види іміджу.

Гендерні особливості іміджу лідера. Імідж політичних партій. Чинники формування іміджу політичної сили. Внутрішня єдність партії як запорука успіху. Принципи формування іміджу партії. Ідеологічна складова іміджу політичної партії. Етапи конструювання партійного іміджу. Іміджі українських політичних партій та шляхи їх розвитку.

Етнопсихологічні особливості політичного іміджу. Специфіка формування іміджу територіальних утворень. Образ України та інших європейських країн: порівняльний аналіз.

5. Темі лекційних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
1	Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу.	2	...	1 раз на тиждень
	Тема 2. Історія становлення політичної іміджелогії.	2		1 раз на тиждень
2	Тема 3. Особливості і складові політичної іміджелогії.	2		1 раз на тиждень
	Тема 4. Політичне іміджмейкерство як професійна діяльність.	2		1 раз на тиждень
3	Тема 5. Політичний імідж.	2		1 раз на тиждень
	Тема 6. Психологічні моделі політичного іміджу.	2		1 раз на тиждень
4	Тема 7. Імідж організації.	2		1 раз на тиждень
	Тема 8. Імідж політичної партії.	2		1 раз на тиждень
	Тема 8. Технології формування політичного іміджу.	2		1 раз на тиждень
	Тема 9. Імідже території.	4		1 раз на тиждень
	Тема 10. Спеціальні види іміджу.	2		1 раз на тиждень
Разом		24	...	

6. Теми семінарських занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
1	Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу.	2	...	<i>1 раз на тиждень</i>
	Тема 2. Особливості і складові політичної іміджелогії.	2		<i>1 раз на тиждень</i>
2	Тема 3. Політичне іміджмейкерство як професійна діяльність.	2		<i>1 раз на тиждень</i>
	Тема 4. Самопрезентація як частина іміджмейкінгу.	2		<i>1 раз на тиждень</i>
3	Тема 5. Політичний імідж.	2		<i>1 раз на тиждень</i>
	Тема 6. Іміджі українських політиків.	2		<i>1 раз на тиждень</i>
	Тема 7. Іміджі зарубіжних політиків.	2		<i>1 раз на тиждень</i>
	Тема 8. Психологічні моделі політичного іміджу.	2		<i>1 раз на тиждень</i>
4	Тема 9. Технології формування політичного іміджу.	2		<i>1 раз на тиждень</i>
	Тема 10. Імідж організації.	2		<i>1 раз на тиждень</i>
	Тема 11. Піар-технології у формуванні іміджу.	2		<i>1 раз на тиждень</i>
	Тема 12. Рекламні технології у формуванні політичного іміджу.	2		<i>1 раз на тиждень</i>
Разом		22	...	

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Силабус навчальної дисципліни

6. Самостійна робота



№ змістового модуля	Питання для самостійного опрацювання	Кількість годин	
		о/д.ф.	з.ф.
1	Психологічні особливості сприйняття політиків виборцями	8	...
	Корекція іміджу політика після репутаційної кризи.	8	
2	Дослідження іміджу сучасного політичного лідера (наприклад, президента, прем'єр-міністра, мера).	8	
3	Політичний імідж світових лідерів: аналіз кейсів	8	
	Використання дипломатичних стратегій для покращення іміджу держави.	7	
4	Гендерні стереотипи у формуванні політичного іміджу	5	
Разом		44	...

7. Види і зміст поточних контрольних заходів

№ змістового модуля	Вид поточного контрольного заходу	Зміст поточного контрольного заходу*	Критерії оцінювання та термін виконання	Усього балів
1	Опитування	Семінарське заняття №1, 2	5 бали – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. Наявна авторська позиція 4 бали – студент знає і може самостійно сформулювати основні поняття теми та пов'язати їх з реальними явищами. Відповідь логічна, але змістовно неповна. 3 бал – студент відтворює основні поняття і визначення, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теми. 2-1 бали – відповідь фрагментарна	6
	Практичне завдання	Практичне творче завдання: проаналізувати імідж історичної особи за довільною схемою з урахуванням зокрема критеріїв аналізу, вказаних у завданні	4 балів – повна змістовна робота, оперування багатьма теоретичними поняттями, висока аргументованість відповіді, переконливе демонстрування власної авторської позиції, наведення прикладів з політичної практики, ілюстрування; 3 бали – авторська позиція заявлена, але повністю не обґрунтована, викладення матеріалу засноване на знанні джерел, але без аналітичної позиції; 2 бали – поверхневий виклад матеріалу, слабе знання теоретичних джерел, відсутність оперування категоріальним апаратом з курсу; 1 бал – короткий поверхневий виклад матеріалу, нечіткі та помилкові	4

			рекомендації.	
2	Опитування	Семінарські заняття №3, 4, 5	3 бали – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. Наявна авторська позиція 2 бали – студент знає і може самостійно сформулювати основні поняття теми та пов'язати їх з реальними явищами. Відповідь логічна, але змістовно неповна. 1 бал – студент відтворює основні поняття і визначення, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теми. 0 бали – відповідь відсутня	9
	Практичне завдання	Пригадайте технологію використання соціально-психологічних феноменів «контрасту» та «подібності». Чи можливе використання цієї технології для формування негативного іміджу опонента? Якщо так, то яким повинен бути алгоритм дій? Відповідь обґрунтуйте.	3 бали – повна змістовна робота, оперування багатьма теоретичними поняттями, висока аргументованість відповіді, переконливе демонстрування власної авторської позиції, наведення прикладів з політичної практики; 2 бали – авторська позиція заявлена, але повністю не обґрунтована, викладення матеріалу засноване на знанні джерел, але без аналітичної позиції; 1 бали – поверхневий виклад матеріалу, слабке знання теоретичних джерел, відсутність оперування категоріальним апаратом з курсу; 0 бали - одне-два нечітких визначення.	3
3	Опитування	Семінарські заняття №6, 7, 8, 9	3 бали – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. Наявна авторська позиція 2 бали – студент знає і може самостійно сформулювати основні поняття теми та пов'язати їх з реальними явищами. Відповідь логічна, але змістовно неповна. 1 бал – студент відтворює основні поняття і визначення, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теми. 0 бали – відповідь фрагментарна	12
	Практичне завдання	Проаналізуйте особливості формування та популяризації корпоративного іміджу на прикладі конкретної компанії/організації	4 балів – повна змістовна робота, оперування багатьма теоретичними поняттями, висока аргументованість відповіді, переконливе демонстрування власної авторської позиції, наведення прикладів з політичної практики; 3 бали – авторська позиція заявлена, але повністю не обґрунтована,	4

			викладення матеріалу засноване на знанні джерел, але без аналітичної позиції; 2 бали – поверхневий виклад матеріалу, слабе знання теоретичних джерел, відсутність оперування категоріальним апаратом з курсу; 1 бали – короткий поверхневий виклад матеріалу, нечіткі та помилкові визначення понять; 0 бали - одне-два нечітких визначення.	
4	Опитування	Семінарські заняття №10, 11, 12, 13, 14, 15	3 бали – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. Наявна авторська позиція 2 бали – студент знає і може самостійно сформулювати основні поняття теми та пов'язати їх з реальними явищами. Відповідь логічна, але змістовно неповна. 1 бал – студент відтворює основні поняття і визначення, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теми. 0 бали – відповідь відсутня	18
	Практичне завдання	Проаналізуйте імідж відомої вам країни (за вибором студента). Виділіть його позитивні та негативні характеристики. Розробіть шляхи покращення цього іміджу. Надайте рекомендації та визначте шляхи створення бренду території. Яку роль відіграє в цьому процесі політичний іміджмейкінг? Чи існують, на вашу думку, сучасні країни, які мають свій територіальний бренд? Якщо так, то які.	4 балів – повна змістовна робота, оперування багатьма теоретичними поняттями, висока аргументованість відповіді, переконливе демонстрування власної авторської позиції, наведення прикладів з політичної практики; 3 бали – авторська позиція заявлена, але повністю не обґрунтована, викладення матеріалу засноване на знанні джерел, але без аналітичної позиції; 2 бали – поверхневий виклад матеріалу, слабе знання теоретичних джерел, відсутність оперування категоріальним апаратом з курсу; 1 бали – короткий поверхневий виклад матеріалу, нечіткі та помилкові визначення понять; 0 бали - одне-два нечітких визначення.	4
Усього за змістові модулі	8			60

8. Підсумковий семестровий контроль

Форма	Види підсумкових контрольних	Зміст підсумкового контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
-------	------------------------------	--	---------------------	--------------

	заходів			
1	2	3	4	5
Залік	Теоретичне завдання	Питання для підготовки: питання до підсумкового контролю розміщено у Moodle	<p>2 питання, відповідь на кожне оцінюється у 5 балів</p> <p>5 балів – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. Наявна авторська позиція</p> <p>4 бали – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь студента відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань.</p> <p>3 бали – студент знає і може самостійно сформулювати основні поняття теми та пов'язати їх з реальними явищами. Проте відповідь змістовно неповна. Відповідь логічна, але розуміння не є узагальненим</p> <p>2 бали – студент відтворює основні поняття і визначення, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теми, допускає помилки, які повною мірою самостійно виправити не може</p> <p>1 бал – відповідь студента фрагментарна, зумовлена нечіткими уявленнями про закони і явища. У відповіді цілком відсутня самостійність</p>	10
		Тести - 10 питань, розміщені у Moodle.	1 бал за кожну правильну відповідь. На проходження тесту дається 15 хвилин і одна спроба	10
	Практичне завдання	Створити іміджевий продукт (допис, відеоролик, Reels, буклет та ін.) з урахуванням знань та навичок, отриманих в ході вивчення дисципліни. Завдання виконується у форматі допису, відеоролику або Reels для Instagram.	<p>20-19 – іміджевий продукт повністю розкриває тему, зміст логічно структурований, у дизайні використані інноваційні цифрові технології та креативний підхід до оформлення;</p> <p>18-15 - робота повністю тему розкриває, логічно структурована, але не в повній мірі розкриває тему чи містить помилки у оформленні допису;</p> <p>14-10 – текст та сценарій продукту носить фрагментарний характер, але робота достатньо логічна;</p> <p>9-7 – відсутня чітка структура, спрощений підхід до обрання дизайну та змісту;</p> <p>6-3 – робота фрагментарна, відсутня логіка та структура, виконана без використання цифрових сервісів;</p> <p>1-0 2-1 – робота містить лише пару окремих тез</p>	20
Усього за підсумковий семестровий контроль				40



Шкала оцінювання ЗНУ: 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)		

9. Рекомендована література

Основна:

1. Барна Н. В. Іміджологія: навч. посібник. Київ : Ун-т «Україна», 2008. 217 с.
2. Головатий М. Політична психологія : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 312 с.
3. Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурноосвітні стратегії. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. 320 с.
4. Гелей С.Д., Рутар С.М. Політологія: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 348 с.
5. Неліпа Д.В. Системний аналіз політології: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 304 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. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві : психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. Київ: МАУП, 2005. 440 с.
4. Варій М. Політико-психологічні передвиборні та виборчі технології : навчально-методичний посібник. Київ : «Ніка-Центр», 2003. 400 с.
5. Зернецька О. В. Глобальна комунікація : монографія. Київ : Наукова думка, 2017. 350 с.
6. Digital media: становлення новітньої комунікації / за ред. М. М. Поплавського, Л. О. Кочубей. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2020. 244 с.
7. Імідж та репутація політичної партії: аксіологічні основи та шляхи оптимізації : монографія / В. О. Корнієнко, В. Д. Антемюк, О. В. Буряченко. Вінниця : ВНТУ, 2018. 204 с.
8. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації : монографія. Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. 145 с.
9. Кочубей Л. О. PR у політичній сфері. Київ : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2013. 472 с.
10. Котлер Ф. Основи маркетингу. 5-е вид. Київ : Диалектика, 2020. 880 с.
11. Левченко О. О., Жигаренко І. Є. Особливості впливу політичної реклами на сприймання іміджу політика. Теоретичні і прикладні проблеми психології. 2018. № 3(2). С. 59-67.
12. Нагорняк Т. Л. Публічний імідж України в умовах невизначеності. Політичне життя. Political Life, 2022. №1. С.77-87.
13. Основи реклами і зв'язків із громадськістю : підручник / за заг. ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна. Київ : Київський університет, 2011. 431 с.
14. Павлюк Л. С. Знак, символ, міф у масовій комунікації. Львів : ПАІС, 2006. 120 с.
15. Палеха Ю. І. Іміджологія. Київ : Вид-во Європейського ун-ту, 2004. 324 с.
16. Сучасний виборчий PR: Навчальний посібник / В. В. Лісничий, В. О. Грищенко, В. М. Іванов та ін. Київ : ВД «Професіонал», 2004. 384 с.
17. Цвях В. Ф. та ін. Політологія. Частина 4. Прикладна політологія : підручник для студентів вищ.

навч. закл. Київ : ВПЦ «Київ ун-т», 2010. 671 с.

18. Шведа Ю. Р. Політичні партії у виборах: теорія та практика виборчої кампанії. Київ : Знання, 2012. 373 с.
19. Шведа Ю. Р. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2013. 340 с.
20. Шляхтун П.П. Політологія: історія та теорія: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 500 с.



10. Інформаційні ресурси

1. Богуш Д. Міжнародний імідж України: проблеми і перспективи. URL : <http://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4b843f0bd3e45/>
2. Зубик О. Імідж України: погляд з-за меж. URL : http://experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=11063&print
3. Качинська Н. Політичний імідж держави: структурні та комунікаційні компоненти феномену. URL : <https://veche.kiev.ua/journal/1738/>
4. Кінаш Н. Б., Качковський О.В. Сучасний імідж України: міжнародний аспект. Юридичний науковий електронний журнал. № 7/2023. С.500-503. DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2023-7/114>
5. Лісовський В. М. Зовнішньополітичний імідж України та її лідера як чинник забезпечення національної безпеки країни. Регіональні студії. 2022. №. 28. С. 79–83. DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2022.28.14>
6. 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
7. Міняйло В. Радіо Свобода Україну в світі знають за корумпованість та безвідповідальність. URL : <http://ngo.donetsk.ua/ukrsociety/2194>
8. Слісаренко І. Міжнародний імідж України після «Помаранчевої революції»: інформаційні виклики. URL : <http://personal.in.ua/article.php?ida=111>
9. Терещук М. І. Роль брендингових технологій у зовнішньополітичній діяльності. Стратегічні аспекти розвитку суб'єктів господарювання в умовах посилення глобалізації. (2015). URL: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/materialikonferentsij/2015-10-21_materiali-%D1%81onference-krok.pdf#page=58
10. Цурканова І. Імідж України в умовах війни та міжнародна політична підтримка. Науково-теоретичний альманах Грані. 2023. Т. 26. №. 3. С. 87–93. DOI: <https://doi.org/10.15421/172353>

11. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять. Регуляція пропусків. Інтерактивний характер курсу передбачає обов'язкове відвідування практичних занять. Студенти, які за певних обставин не можуть відвідувати практичні заняття регулярно, мусять впродовж тижня узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять. Окремі пропущені завдання мають бути відпрацьовані на найближчій консультації впродовж тижня після пропуску.

Відпрацювання занять здійснюється усно у формі співбесіди за питаннями, визначеними планом заняття. В окремих випадках дозволяється письмове відпрацювання шляхом виконання індивідуального письмового завдання. Студенти, які станом на початок екзаменаційної сесії мають понад 70% невідпрацьованих пропущених занять, до відпрацювання не допускаються.

Політика академічної доброчесності. Усі письмові роботи, що виконуються слухачами під час проходження курсу, перевіряються на наявність плагіату за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення.

Відповідно до чинних правових норм, плагіатом вважатиметься: копіювання чужої наукової роботи чи декількох робіт та оприлюднення результату під своїм іменем; створення суміші власного та запозиченого тексту без належного цитування джерел; рерайт (перефразування чужої праці без згадування оригінального автора). Будь-яка ідея, думка чи речення, ілюстрація чи фото, яке ви запозичуєте, має супроводжуватися посиланням на першоджерело.

Виконавці індивідуальних дослідницьких завдань обов'язково додають до текстів своїх робіт власноруч підписану Декларацію академічної доброчесності (див. посилання у Додатку до силабусу). Роботи, у яких виявлено ознаки плагіату, до розгляду не приймаються і відхиляються без права перескладання. Якщо ви не впевнені, чи підпадають зроблені вами запозичення під визначення плагіату, будь ласка, проконсультуйтеся з викладачем. Висока академічна культура та європейські стандарти якості освіти, яких дотримуються у ЗНУ, вимагають від дослідників відповідального ставлення до вибору джерел. Посилання на такі ресурси, як Wikipedia, бази даних рефератів та письмових робіт (Studopedia.org та подібні) є неприпустимим. Рекомендовані бази даних для пошуку джерел: Електронні ресурси Національної бібліотеки ім. Вернадського: <http://www.nbu.gov.ua>

Цифрова повнотекстова база даних англomовної наукової періодики JSTOR: <https://www.jstor.org/>

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті. Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях (для уточнення певних даних, перевірки правопису, отримання довідкової інформації тощо). Будь ласка, не забувайте активувати режим «без звуку» до початку заняття.

Під час виконання заходів контролю (термінологічних диктантів, контрольних робіт, іспитів) використання гаджетів заборонено. У разі порушення цієї заборони роботу буде анульовано без права перескладання.

Визнання результатів неформальної/інформальної освіти. Процедура врахування результатів, отриманих здобувачем за рахунок неформальної/інформальної освіти, регулюється Положенням Запорізького національного університету про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти (2022 р.).

https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/normatyvna_basa/polozhennya_znu_pro_poryadok_viznannya_rezultativ_navchannya.pdf

Комунікація. Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle. Важливі повідомлення загального характеру – зокрема, оголошення про терміни подання контрольних робіт, коди доступу до сесій у Zoom та ін. – регулярно розміщуються викладачем на форумі курсу. Для персональних запитів використовується сервіс приватних повідомлень. Відповіді на запити студентів подаються викладачем впродовж трьох робочих днів. Для оперативного отримання повідомлень про оцінки та нову інформацію, розміщену на сторінці курсу у Moodle, будь ласка, переконайтеся, що адреса електронної пошти, зазначена у вашому профайлі на Moodle, є актуальною, та регулярно перевіряйте папку «Спам». Якщо за технічних причин доступ до Moodle є неможливим, або ваше питання потребує термінового розгляду, направте електронного листа з позначкою «Важливо» на адресу juliamalovana@gmail.com. У листі обов'язково вкажіть ваше прізвище та ім'я, курс та шифр академічної групи. Для отримання швидкої відповіді пишiть повідомлення у Telegram.



ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2024-2025 рр.

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2024-2025 н. р. доступний за адресою:
<https://tinyurl.com/yckze4jd>.

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ. Студенти і викладачі Запорізького національного університету несуть персональну відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених **Кодексом академічної доброчесності ЗНУ**: <https://tinyurl.com/ya6yk4ad>. Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти (додається в обов'язковому порядку до письмових кваліфікаційних робіт, виконаних здобувачем, та засвідчується особистим підписом): <https://tinyurl.com/y6wzzlu3>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методіку проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9pkmmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ: <https://tinyurl.com/yeds57la>.

НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА. Порядок зарахування результатів навчання, підтверджених сертифікатами, свідоцтвами, іншими документами, здобутими поза основним місцем навчання, регулюється Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті: <https://tinyurl.com/y8gbt4xs>.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/57wha734>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога **Марті Ірини Вадимівни** (061) 228-15-84, (099) 253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ
Запорізького національного університету: **Банах Віктор Аркадійович**

Електронна адреса:

y_banakh@znu.edu.ua

Гаряча лінія: Тел. (061) 227-12-76

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Силабус навчальної дисципліни



РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ.

Наукова бібліотека: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок-п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE):
<https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: moodle.znu@znu.edu.ua.

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу. Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ: <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>

ЦЕНТР НІМЕЦЬКОЇ МОВИ, ПАРТНЕР ГЕТЕ-ІНСТИТУТУ:
<https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim>

ШКОЛА КОНФУЦІЯ (ВИВЧЕННЯ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ): <http://sites.znu.edu.ua/confucius>