

ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ

Кафедра гуманітарних і соціальних дисциплін

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри

«13» січня 2021 року

Наталія СИЗОНЕНКО

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### «Політична іміджелогія»

(вибіркова фахова навчальна дисципліна)

освітньо-професійна програма	<u>Політологія</u>
спеціальність	<u>052 Політологія</u>
галузь знань	<u>05 Соціальні та поведінкові науки</u>
освітній ступінь	<u>бакалавр</u>
факультет	<u>обліку та фінансів</u>

Полтава  
2021 – 2022 н.р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Політична іміджелогія» для здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою Політологія спеціальності 052 Політологія

Мова викладання: державна

Розробник: Ільченко А.М., доцент кафедри гуманітарних і соціальних дисциплін, кандидат педагогічних наук, доцент.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри гуманітарних і соціальних дисциплін

Протокол від «13» січня 2021 року № 10.

Схвалено науково-методичною радою спеціальності «Політологія»

Протокол від «1» лютого 2021 року № 6

Голова \_\_\_\_\_ (А. ІЛЬЧЕНКО)

## 1. Опис навчальної дисципліни

Елементи характеристики	Денна форма навчання
Загальна кількість годин -	120
Кількість кредитів –	4
Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти (обов'язкова чи вибіркова)	вибіркова
Рік навчання (курс)	II
Семестр	III
Лекції (годин)	26
Практичні (годин)	14
Самостійна робота (годин)	80
в т. ч. індивідуальні завдання (контрольна робота) (годин)	-
Вид підсумкового контролю	залік

## 2. Передумови для вивчення навчальної дисципліни

Перелік навчальних дисциплін, які передують її вивченню відповідно до структурно-логічної схеми освітньо-професійних програм: «Філософія», «Політична етика».

## 3. Заплановані результати навчання

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** засвоєння здобувачами вищої освіти фундаментальних знань, ключових понять і процесів із галузі іміджології, зокрема політичної, в усіх її історичних та сучасних варіантах як форми соціальної комунікації; формування умінь і навичок усебічного аналізу та створення іміджевої продукції різних типів.

**Основні завдання навчальної дисципліни:** ознайомити здобувачів вищої освіти з іміджуванням як однією зі сфер соціокомунікативної творчості, з витоками та основними етапами розвитку української та світової традицій у галузі іміджування; надати знання про структуру, основні напрями і форми діяльності іміджмейкера як одного з основних учасників сучасного соціокомунікаційного процесу; розкрити потенційні можливості використання в політичній діяльності теоретичних і практичних знань і умінь у сфері іміджології; забезпечити усвідомлення здобувачами вищої освіти іміджу як невід'ємної складової сучасної соціокомунікативної діяльності юридичної чи фізичної особи.

### **Компетентності:**

*загальні:*

1. Розуміння основних правових та етичних обмежень у сфері іміджування в Україні й у світі.
2. Знання особливостей функціонування іміджу та функцій усіх учасників іміджування.
3. Розуміння механізмів впливу іміджу на свідомість і підсвідомість потенційної аудиторії.

*фахові:*

1. Застосування ключових понять, засобів, механізмів іміджування в професійній діяльності

### **Програмні результати навчання:**

1. Уміння застосовувати науковий підхід до аналізу і створення іміджевої продукції.
2. Уміння практично використовувати набуті знання у сфері політичного іміджування.
3. Розробляти стратегії іміджевих кампаній різних типів, створювати іміджеву продукцію, призначену для поширення різними ЗМІ або іншими каналами комунікації.

## 4. Програма навчальної дисципліни

### **Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу. Імідж у сфері політики.**

Семантика поняття імідж. Імідж як об'єктивний чинник, що відіграє істотну роль в оцінці будь-якого соціального явища або процесу. Типи іміджу: дзеркальний, поточний, бажаний, особистий, реальний, корпоративний, закритий, міфологічний, множинний, позитивний, негативний, демонстративний, професійний, габітарний. Поліфункціональність іміджу. Функції іміджу: ідентифікації, ідеалізації, позиціонування. Ціннісні функції іміджу. Технологічні функції. Світоглядні функції. Функції форматизації та міфологізації. Імідж у сфері політики.

### **Тема 2. Політична іміджелогія в структурі сучасної системи знань.**

Політична іміджелогія в комплексі суспільно-гуманітарних наук. Мета і завдання політичної іміджелогії. Понятійно-категоріальний апарат політичного іміджмейкінгу. Зв'язок іміджелогії з соціологією, психологією, політичним маркетингом, політичною рекламою, політичним менеджментом, історією, виборчими технологіями, PR, філософією.

### **Тема 3. Історія та основні етапи розвитку категорії іміджу, політичного іміджу.**

Передумови виникнення іміджу, політичної іміджелогії. 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.

### **Тема 4. Іміджмейкерство та його особливості.**

Іміджмейкінг. Основні аспекти створення образу в іміджмейкерстві. Корпоративна культура та її вплив на розвиток організації. Методи формування, реалізації, корегування іміджу організації. Дзеркальний імідж. Поточний імідж. Бажаний імідж. Самоімідж. Особистий імідж. Реальний імідж. Корпоративний імідж. Політичний та професійний імідж.

### **Тема 5. Типи, комплексний код та функції політичного іміджу.**

Політичний імідж: суть, основні характеристики. Види і типи політичного іміджу. Функції політичного іміджу. 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.

### **Тема 6. Складові політичного іміджу. Архетипічна основа іміджів.**

Ознаки політичного іміджу. Структура особистісного, політичного іміджу. Інструментарій іміджу: позиціонування, маніпулювання, міфологізація, емоціоналізація, механізм впливу на людину, форматування, вербалізація, деталізація, акцентування інформації, дистанціювання, метафоризація. Архетипічна основа іміджів.

### **Тема 7. Технології управління політичним іміджем.**

Анатомія особистісного іміджу, політичного іміджу. Глибинні характеристики іміджу. Передумови формування ділового, політичного іміджу. Розходження та подібність у діловому іміджі.

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. Позиціонування у побудові політичного іміджу.

Політичний перфоманс 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.

#### **Тема 8. Побудова ефективного політичного іміджу.**

Принципи створення політичного іміджу. Чинники впливу на створення позитивного політичного іміджу. Елементи створення політичного іміджу. Етапи формування політичного іміджу. Внутрішній та зовнішній політичний імідж. Основні складові іміджу керівника. Якості політичного лідера, які впливають на формування іміджу політичної партії.

#### **Тема 9. Особливості створення іміджу політика, політичної партії.**

Стратегії управління іміджем. Технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу політика. Створення індивідуального стилю. Використання символів під час створення іміджу політичної партії. Імідж політика-чоловіка у сучасному світі. Види одягу й взуття для ділового чоловіка. Поєднання кольорів у чоловічому одязі. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду чоловіка. Імідж ділової жінки-політика у сучасному світі. Види одягу і взуття для ділової жінки. Поєднання кольорів у жіночому одязі. Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду жінки-політика.

#### **Тема 10. Політичний PR як технологія створення політичного іміджу.**

Міфотворна діяльність різних видів та засобів масової комунікації. Паблік рилейшнз як частина масової комунікації. Види міфів. Способи міфологізації іміджу (за О.Змановською). Характеристика типів іміджу за цілеспрямованістю PR-діяльності: природний імідж та штучний. Психологічні моделі іміджу за ступенем раціональності сприйняття: когнітивний; емоційний, почуттєвий.

## **5. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни**

Назви тем	Кількість годин					
	денна форма					
	усього	у тому числі				
л		п	лаб.	н/п	с.р.	
Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу. Імідж у сфері політики.	12	2	2	-	-	18
Тема 2. Політична іміджелогія в структурі сучасної системи знань.	12	2		-	-	
Тема 3. Історія та основні етапи розвитку категорії іміджу, політичного іміджу.	12	2	2	-	-	8
Тема 4. Іміджмейкерство та його особливості.	12	2	2	-	-	8
Тема 5. Типи, комплексний код та функції політичного іміджу.	12	4	2	-	-	16
Тема 6. Складові політичного іміджу. Архетипічна основа іміджів.	12	2		-	-	
Тема 7. Технології управління політичним іміджем.	12	2	2	-	-	16
Тема 8. Побудова ефективного політичного	12	4		-	-	

іміджу.						
Тема 9. Особливості створення іміджу політика, політичної партії.	12	4	2	-	-	6
Тема 10. Політичний ПР як технологія створення політичного іміджу.	12	2	2	-	-	8
<b>Усього годин</b>	120	26	14	-	-	80

## 6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		денна форма
1	Тема. Імідж як феномен сучасного світу. Імідж у сфері політики. Політична іміджелогія в структурі сучасної системи знань.	2
2	Тема. Історія та основні етапи розвитку категорії іміджу, політичного іміджу.	2
3	Тема. Іміджмейкерство та його особливості.	2
4	Тема. Типи, комплексний код та функції політичного іміджу. Складові політичного іміджу. Архетипічна основа іміджів	2
5	Тема. Технології управління політичним іміджем. Побудова ефективного політичного іміджу.	2
6	Тема. Особливості створення іміджу політика, політичної партії.	2
7	Тема. Політичний ПР як технологія створення політичного іміджу.	
8	<b>Разом</b>	14

## Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		денна форма
1	Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу. Імідж у сфері політики.	18
2	Тема 2. Політична іміджелогія в структурі сучасної системи знань.	
3	Тема 3. Історія та основні етапи розвитку категорії іміджу, політичного іміджу.	8
4	Тема 4. Іміджмейкерство та його особливості.	8
5	Тема 5. Типи, комплексний код та функції політичного іміджу.	16
6.	Тема 6. Складові політичного іміджу. Архетипічна основа іміджів.	
7	Тема 7. Технології управління політичним іміджем.	16
8	Тема 8. Побудова ефективного політичного іміджу.	
9	Тема 9. Особливості створення іміджу політика, політичної партії.	6
10	Тема 10. Політичний ПР як технологія створення політичного іміджу.	8
11	<b>Разом</b>	80

## 7. Оцінювання результатів навчання

Програмні результати навчання	Методи навчання	Форми оцінювання
-------------------------------	-----------------	------------------

<p>1. Уміння застосовувати науковий підхід до аналізу і створення іміджевої продукції.</p> <p>2. Уміння практично використовувати набуті знання у сфері політичного іміджування.</p> <p>3. Розробляти стратегії іміджевих кампаній різних типів, створювати іміджеву продукцію, призначену для поширення різними ЗМІ або іншими каналами комунікації.</p>	<p>1) методи організації і здійснення навчальної діяльності: - словесні (лекція, розповідь-пояснення, бесіда проблемно-пошукового характеру, обговорення навчальних теоретичних питань); - наочні (ілюстрування); - практичні (робота з навчально-методичною літературою; конспектування, підготовка реферату);</p> <p>2) методи формування пізнавальних інтересів та інтерактивні методи (створення ситуації інтересу, навчальні дискусії, життєві ситуації);</p> <p>3) методи стимулювання, мотивації й обов'язку (роз'яснення мети навчального предмета, висування вимог до вивчення предмета), оперативний контроль;</p> <p>4) комп'ютерні, мультимедійні методи (використання мультимедійних презентацій, дистанційне навчання.)</p>	<p>ведення конспекту; опитування, участь у дискусіях;</p> <p>виконання завдань самостійної роботи;</p> <p>виконання тестових завдань;</p> <p>підготовка реферату, доповіді <sup>3</sup> мультимедійною презентацією</p>
---	---	---

Критерієм успішного навчання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання.

### **Критерії успішного опанування програмних результатів навчання**

Програмні результати навчання	Відсоток у підсумковій оцінці з навчальної дисципліни, %	Максимальна кількість балів	Мінімальний пороговий рівень оцінок, балів
1. Уміння застосовувати науковий підхід до аналізу і створення іміджевої продукції.	25	25	15
2. Уміння практично використовувати набуті знання у сфері політичного іміджування.	35	35	21
3. Розробляти стратегії іміджевих кампаній різних типів, створювати іміджеву продукцію, призначену для поширення різними ЗМІ або іншими каналами комунікації.	40	40	24
Разом	100	100	60

Одним із обов'язкових елементів освітнього процесу є систематичний поточний контроль оволодіння компетентностями та підсумкова оцінка рівня досягнення програмних результатів навчання.

### Форми оцінювання результатів навчання

Програмні результати навчання	Форма оцінювання									
	Ведення конспекту		Опитування		Розв'язування тестів		Виконання завдань самостійної роботи		Реферат, мультимедійна презентація	
	Мінімальна кількість балів	Максимальна кількість балів	Мінімальна кількість балів	Максимальна кількість балів	Мінімальна кількість балів	Максимальна кількість балів	Мінімальна кількість балів	Максимальна кількість балів	Мінімальна кількість балів	Максимальна кількість балів
PH 1.	3	5	5	8	1	2	3	5	3	5
PH 2	4	7	6	10	2	3	5	8	4	7
PH 3	5	8	7	12	3	4	4	8	5	8

Форми, шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти:

#### 1) ведення конспекту (0 – 2 бали)

Кількість балів	Критерії оцінювання
2	всі питання конспекту теми розкриті відповідно до плану
1	конспект теми не повний, питання, зазначені у плані, занотовані не всі.
0	немає конспекту

#### 2) опитування 0-5 балів: 0 – 4 бали – усна відповідь; 0 – 1 бал – участь у дискусії

Кількість балів	Критерії оцінювання
4	здобувач вищої освіти ґрунтовно і послідовно викладає вивчений навчальний матеріал, виявляє повне розуміння його змісту; обґрунтовує власні думки; застосовує теоретичні знання при вирішенні практичних питань і ситуацій, наводить необхідні приклади, аргументує їх; активно бере участь у дискусіях, диспутах, виявляє ініціативу; демонструє на високому рівні базові знання політичної іміджелогії, вибудовує свою навчальну діяльність на базі етичних принципів та персональної відповідальності; дотримується норм сучасної літературної мови;
3	здобувач вищої освіти ґрунтовно і послідовно викладає вивчений навчальний матеріал, виявляє належне розуміння його змісту, але припускається незначних помилок, які самостійно виправляє після зауважень викладача; застосовує теоретичні знання при вирішенні практичних питань і ситуацій з допомогою викладача, наводить необхідні приклади, аргументує їх; бере участь у дискусіях, диспутах; виявляє ініціативу; демонструє на достатньому рівні базові знання політичної іміджелогії; вибудовує свою навчальну діяльність на базі етичних принципів та персональної відповідальності; дотримується норм сучасної літературної мови;
2	здобувач вищої освіти виявляє знання і розуміння основних положень теми з



	дисципліни, викладає матеріал не досить повно, не завжди глибоко і переконливо обґрунтовує власні думки; пов'язує теоретичний матеріал з практичними вміннями з допомогою викладача; участь у дискусіях, диспутах бере не охоче, не виявляє ініціативу; демонструє на середньому рівні базові знання політичної іміджелогії; вибудовує свою навчальну діяльність на базі етичних принципів та персональної відповідальності; дотримується норм сучасної літературної мови;
1	здобувач вищої освіти не виявляє знань більшої частини навчального матеріалу, допускає суттєві помилки, що можуть спотворювати зміст питань; не вміє глибоко і переконливо обґрунтовувати власні думки і відчуває труднощі під час добору прикладів та поєднання теорії з практичними навичками; участь у дискусіях, диспутах бере не охоче, не виявляє ініціативу; демонструє на низькому рівні базові знання політичної іміджелогії; не завжди вибудовує свою навчальну діяльність на базі етичних принципів та персональної відповідальності; частково дотримується норм сучасної літературної мови;
0	відповідь відсутня або неправильна; здобувач вищої освіти не бере участь у дискусіях; не виявляє ініціативу; не демонструє базові знання політичної іміджелогії; не вибудовує свою навчальну діяльність на базі етичних принципів та персональної відповідальності; не дотримується норм сучасної літературної мови;
+1	Здобувач вищої освіти бере активну участь у дискусії з актуальних питань теми

### 3) розв'язування тестів (0-9)

Кількість балів	Критерії оцінювання
0-9	За кожну правильну відповідь 1 бал

### Самостійна робота

#### 4) виконання завдань самостійної роботи (0-3 бали)

Кількість балів	Критерії оцінювання
3	завдання самостійної роботи з теми виконані відповідно до методичних рекомендацій у повному обсязі з демонструванням уміння застосовувати необхідну інформацію, знання, методи та інструменти для організації результативної та ефективної освітньої діяльності; здобувач вищої освіти застосовує творче мислення для розв'язання теоретичних та практичних проблем в навчальній діяльності для реалізації програмних результатів навчання, демонструє здатність навчатись, вибудовуючи свою діяльність на базі етичних принципів та персональної відповідальності
1-2	завдання самостійної роботи з теми виконані не всі, або мають неточності чи незначні помилки з частковим демонструванням уміння застосовувати необхідну інформацію, знання, методи та інструменти для організації результативної та ефективної освітньої діяльності; здобувач вищої освіти не застосовує творче мислення для розв'язання теоретичних та практичних проблем в навчальній діяльності, демонструє здатність навчатись, вибудовуючи свою діяльність на базі етичних принципів та персональної відповідальності
0	завдання самостійної роботи не виконані, або виконані неправильно

#### 5) реферат (0-10 балів)

Кількість балів	Критерії оцінювання
9-10	виконані всі вимоги до написання і захисту реферату; визначена проблема й обґрунтована її актуальність; зроблений аналіз різних поглядів на проблему науковців; сформульовані чіткі завдання дослідження; логічно викладена власна позиція; зміст реферату відповідає темі, що розкрита повністю; сформульовані висновки відповідно до завдань; витриманий обсяг реферату; дотримані вимоги до зовнішнього оформлення; дані правильні відповіді на додаткові питання; вибудовує свою діяльність на базі принципів професійної етики та персональної відповідальності з дотриманням принципу автономної та якісної роботи щодо поставлених завдань і взятих обов'язків, академічної доброчесності, в процесі доповіді демонструє на високому рівні сформовані навички ділової комунікації, професійної етики.
6-8	виконані всі вимоги до написання і захисту реферату; визначена проблема й обґрунтована її актуальність; зроблений аналіз різних поглядів на проблему науковців; сформульовані чіткі завдання дослідження; логічно викладена власна позиція; зміст реферату відповідає темі, що розкрита повністю; сформульовані висновки відповідно до завдань; витриманий обсяг реферату; дотримані вимоги до зовнішнього оформлення; відповіді на додаткові питання не повні; вибудовує свою діяльність на базі принципів професійної етики та персональної відповідальності з дотриманням принципу автономної та якісної роботи щодо поставлених завдань і взятих обов'язків, академічної доброчесності, в процесі доповіді демонструє на достатньому рівні сформовані навички ділової комунікації, професійної етики.
3-5	основні вимоги до реферату і його захисту виконані, але при цьому допущені деякі недоліки; не обґрунтовано актуальність проблеми, висновки не чіткі; наявні певні неточності у викладенні матеріалу; вимоги щодо оформлення реферату дотримані; на додаткові питання дані неповні відповіді; здобувач вищої освіти в процесі доповіді демонструє на середньому рівні сформовані навички ділової комунікації, професійної етики.
1-2	є істотні відступи від вимог до реферування, зокрема: тема розкрита лише частково; допущені фактичні помилки в змісті реферату або при відповіді на додаткові питання; висновки відсутні; здобувач вищої освіти в процесі доповіді не розкриває повно тему реферату, не вибудовує свою діяльність на базі принципів професійної етики та персональної відповідальності; демонструє на низькому рівні сформовані навички ділової комунікації, професійної етики.
0	реферативна робота не виконана.

б) мультимедійна презентація (0-10 балів)

Кількість балів	Критерії оцінювання
9-10	у презентації відображено глибоке розуміння та усвідомлення матеріалу, творчий підхід до поставлених задач. Під час аналізу-інтерпретації зроблені самостійні висновки, аргументація, є власне ставлення до проблеми. Малюнки, звуки, фото, анімації – у кількості, виправданій змістом презентації. Робота виконана творчо і самостійно з дотриманням принципів професійної етики та персональної відповідальності, академічної доброчесності; презентація характеризується оригінальністю з дотриманням вимог ділової комунікації.
6-8	презентація має чіткі цілі, відповідні завдання з теми; представляє собою інформацію з різноманітних джерел, структуровану у формі опорного конспекту, зрозумілу для аудиторії; зроблений акцент на важливих питаннях

	теми, здобувач дотримується принципів професійної етики та персональної відповідальності, академічної доброчесності, демонструє на достатньому рівні навички ділової комунікації.
3-5	презентація сфокусована на темі, але висвітлює її змісту частково; наявна певна організаційна структура; можуть бути незначні помилки чи незрозумілості, вибудовує свою діяльність на базі принципів професійної етики та персональної відповідальності, академічної доброчесності, демонструє на середньому рівні навички ділової комунікації.
1-2	презентація сфокусована на темі, але не висвітлює її змісту; організаційна структура не логічна; можуть бути значні помилки чи незрозумілості, не дотримується принципів професійної етики та персональної відповідальності, академічної доброчесності, демонструє на низькому рівні навички ділової комунікації.
0	презентація не виконана.

Форма проведення семестрового контролю згідно з робочим та навчальним планом – залік.

### 8. Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Види навчальної роботи здобувачів вищої освіти						Разом
	Ведення конспекту	Опитування	Розв'язування тестів	Самостійна робота			
				Практичні завдання	Реферат	Презентація	
Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу. Імідж у сфері політики.	2	-	9	3			5
Тема 2. Політична іміджелогія в структурі сучасної системи знань.	2	5		-			7
Тема 3. Історія та основні етапи розвитку категорії іміджу, політичного іміджу.	2	5		3			10
Тема 4. Іміджмейкерство та його особливості.	2	5		-			7
Тема 5. Типи, комплексний код та функції політичного іміджу.	2	-		3			5
Тема 6. Складові політичного іміджу. Архетипічна основа іміджів.	2	5		3			10
Тема 7. Технології управління політичним іміджем.	2	-		3			5
Тема 8. Побудова ефективного політичного іміджу.	2	5		-			7
Тема 9. Особливості створення іміджу політика, політичної партії.	2	5		3			10
Тема 10. Політичний PR як технологія створення політичного іміджу.	2	-		3			14
<b>Реферат, презентація</b>	-	-	-	-	10	10	20

<b>Разом</b>	20	30	9	21	10	10	100
--------------	----	----	---	----	----	----	-----

## 9. Рекомендовані джерела інформації

### Основні

1. Барна Н.В. Іміджологія : навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В.М. Бебика. К. : Університет «Україна», 2008. 217 с.
2. Барна Н. В. Естетика іміджмейкінгу : монографія. Київ : Слово, 2012. 170 с.
3. Держава і громадянське суспільство: партнерські комунікації у глобальному світі: Навч.-метод. посіб. / В. Бебик, В. Бортніков, Л. Дегтярьова, А. Кудряченко; За заг. ред. В. Бебика. К.: ІКЦ «Леста», 2006. 248 с.
4. Луньов О. Формування власного позитивного іміджу. К.: Ін-т громад. суспільства, 2001. 70 с.
5. Палеха Ю.І. Іміджологія : Навч. посіб. / за заг. ред. З.І. Тимошенко. К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2005. 324 с.

### Допоміжні

1. Бебик В. М. Політичний менеджмент та маркетинг. К., 1996. 143 с.
2. Браун Л. Имидж – путь к успеху. СПб., 1998. 182 с.
3. Галушко В.П. Діловий протокол та ведення переговорів. Вінниця Нова книга, 2002. 223 с.
4. Гах Й.М. Етика ділового спілкування : навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2005. 160 с.
5. Гриценко Т.Б., Гриценко С.П., Іщенко Т.Д., Мельничук Т.Ф., Чуприк Н.В., Анохіна А.П. Етика ділового спілкування. К. : Центр навчальної літератури, 2019. 344 с.
6. Данильчук Л. А. Основы имиджа и этикета. К. : Кондор, 2004. 234 с.
7. Дэйвис Ф. Ваш абсолютный имидж. М. : Внешсигма, 1997. 320 с.
8. Змановская О. Руководство по управлению имиджем. С Пб. : Речь, 2005. 144 с.
9. Етика та психологія ділових відносин : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Під ред. Т.Е. Андреевої. Х. : Бурун Книга, 2004. 143 с.
10. Ковальчук А.С. Основы имиджологии и делового общения. Ростов на Дону : Феникс, 2003. 224 с.
11. Кошмаров А.Ю. Телевизионный образ политического лидера как результат репутационного менеджмента. *Психология как система направлений*. Ежегодник Российского психологического общества. Т. 9. Вип. 2. М., 2002. 180 с.
12. Лесько О.Й., Прищак М.Д., Залюбівська О.Б., Рузакова Г.Г. Етика ділових стосунків : навчальний посібник. Вінниця: ВНТУ, 2011. 310 с.
13. Лозовой Р.О., Уманець О.В., М.Б. Ценко. Культура особистості та етикет: посіб. Х. : Регіон-інформ, 2004. 112 с.
14. Мазиев Ю.М. Сарафинникова Е.В. Мифология политического дискурса в современном информационном пространстве. *Язык, коммуникация и социальная среда*. Вып. 1. Воронеж, 2001. С. 34–40.
15. Перельгина Е. Б. Психология имиджа : Учеб. пособ. М. : Аспект Пресс, 2002. 223 с.
16. Почепцов Г.Г. Имиджология. К., 2000. 278 с.
17. Почепцов Г.Г. Имиджмейкер. Паблик рилейшнз для политиков и бизнесменов. К. : Рекламное агенство Губерникова, 1995. 235 с.
18. Синельникова Л.В. Формирование имиджа через диалог «политик – гражданское общество». *Проблеми іміджології*: Зб. наук. доповідей учасників IV Наук.-практ. конф. 19.05.2003 р. К. С. 34.
19. Холод О.М. Основы имиджологии. К., 2002. 90 с.
20. Bruce V. Images of power. How the image makers shape our leaders. London, 1992. 107p.

1. Барна Н.В. Іміджологія : навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В.М. Бебика. К. : Університет «Україна», 2008. 217 с. URL: [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_1776\\_66617386.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1776_66617386.pdf)
2. Богущ Д. Міжнародний імідж України: проблеми і перспективи (дата звернення: 15.03.2019). URL: <http://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4b843f0bd3e45/>
3. Етика ділового спілкування : / за редакцією Т.Б. Гриценко, Т.Д. Іщенко, Т.Ф. Мельничук / навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2007. 344 с. URL: [http://www.cul.com.ua/preview/Etika\\_dilovogo\\_spilk\\_Gricenko.pdf](http://www.cul.com.ua/preview/Etika_dilovogo_spilk_Gricenko.pdf)
4. Зубик О. Імідж України: погляд з-за меж (дата звернення: 31.03.2019). URL: <http://experts.in.ua/baza/analitic/>
5. Міжнародний імідж України: міфи й реалії / Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова (дата звернення: 31.08.2019). URL: [http://www.razumkov.org.ua/journal\\_pos.php?y=2000&cat=3&pos=5](http://www.razumkov.org.ua/journal_pos.php?y=2000&cat=3&pos=5)
6. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин : навч. посіб. К. : Кондор, 2007. 359 с. URL : [http://library.nlu.edu.ua/POLN\\_TEXT/KNIGI/KONDORI/CD/ETUKA\\_DV.pdf](http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/KNIGI/KONDORI/CD/ETUKA_DV.pdf)
7. Чмут Т.К., Чайка Т.Л. Етика ділового спілкування : навчальний посібник. 3-є вид., стереотипне. К. : Вікар, 2003. 223 с. URL : <https://subject.com.ua/pdf/38.pdf>
8. Хавкіна Л. М. Іміджологія : навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» / Л. М. Хавкіна. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 64 с. URL : [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_1992\\_59021367.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1992_59021367.pdf)
9. Military propaganda. Psychological Warfare and Opetations. Ed. By R. D. Mc Laurin. New York, 1982. 108p. URL: <http://www.marketing.cfin.ru/read/m8/5.htm>