



КАФЕДРА ГУМАНІТАРНИХ І СОЦІАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН

**СИЛАБУС  
ВИБІРКОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«ПОЛІТИЧНА ІМІДЖЕЛОГІЯ»**

**Освітньо-професійна програма «Політологія»  
Спеціальність – 052 Політологія  
Галузь знань – 05 Соціальні та поведінкові науки  
Освітній ступінь – бакалавр**

Розробник:

**Ільченко Алла,**

доцент кафедри гуманітарних і соціальних  
дисциплін, к.пед.н., доцент



Гарант ОПШ:

**Приходько Сергій,**

доцент кафедри гуманітарних і соціальних  
дисциплін, к.політ.н., доцент



<b>Назва навчальної дисципліни</b>	<b>Політична іміджелогія</b> <i>вибіркова фахова навчальна дисципліна</i>
<b>Назва структурного підрозділу</b>	кафедра гуманітарних і соціальних дисциплін
<b>Контактні дані розробників, залучених до викладання</b>	Викладач: <b>Ільченко Алла</b> , к. пед. н., доцент, доцент кафедри гуманітарних і соціальних дисциплін Контакти: ауд. 454, навчальний корпус № 4 e-mail: <a href="mailto:alla.ilchenko@pdaa.edu.ua">alla.ilchenko@pdaa.edu.ua</a> сторінка викладача: <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/ilchenko-alla-myhaylivna">https://www.pdaa.edu.ua/people/ilchenko-alla-myhaylivna</a>
<b>Рівень вищої освіти</b>	перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
<b>Спеціальність, спеціалізація</b>	052 Політологія
<b>Попередні умови для вивчення дисципліни</b>	дисципліни, які передують її вивченню відповідно до структурно-логічної схеми освітньо-професійної програми: «Філософія», «Політична етика».

### Заплановані результати навчання

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** засвоєння здобувачами вищої освіти фундаментальних знань, ключових понять і процесів із галузі іміджелогії, зокрема політичної, в усіх її історичних та сучасних варіантах як форми соціальної комунікації; формування умінь і навичок усібничого 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 іміджелогії; забезпечити усвідомлення здобувачами вищої освіти іміджу як невід’ємної складової сучасної соціокомунікативної діяльності юридичної чи фізичної особи.

Компетентності		Програмні результати
Загальні	фахові	
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.	1. Застосування ключових понять, засобів, механізмів іміджування в професійній діяльності	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.

## Програма навчальної дисципліни

- Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу. Імідж у сфері політики.
- Тема 2. Політична іміджологія в структурі сучасної системи знань.
- Тема 3. Історія та основні етапи розвитку категорії іміджу, політичного іміджу.
- Тема 4. Іміджмейкерство та його особливості.
- Тема 5. Типи, комплексний код та функції політичного іміджу.
- Тема 6. Складові політичного іміджу. Архетипічна основа іміджів.
- Тема 7. Технології управління політичним іміджем.
- Тема 8. Побудова ефективного політичного іміджу.
- Тема 9. Особливості створення іміджу політика, політичної партії.
- Тема 10. Політичний PR як технологія створення політичного іміджу.

## Трудомісткість

Загальна кількість годин – 120.

Кількість кредитів – 4.

Форма семестрового контролю – залік.

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

## Політика оцінювання

**1. Академічна доброчесність:** Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавської державної аграрної академії. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога

застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

## 2. Система оцінювання

### Критерії успішного опанування програмних результатів навчання

Програмні результати навчання	Відсоток у підсумковій оцінці з навчальної дисципліни, %	Максимальна кількість балів	Мінімальний пороговий рівень оцінок, балів	Форми оцінювання результатів навчання
1. Уміння застосовувати науковий підхід до аналізу і створення іміджевої продукції.	25	25	15	ведення конспекту; опитування, участь у дискусіях; виконання завдань самостійної роботи; виконання тестових завдань; підготовка реферату, доповіді з мультимедійною презентацією
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	

### 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	-		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	9	3	10	10	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 ПР 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

### 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. Вып. 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. Основи іміджології. К., 2002. 90 с.
20. Bruce В. Images of power. How the image makers shape our leaders. London, 1992. 107р.

### Інформаційні ресурси

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. Богуш 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\\_spilku\\_Gricenko.pdf](http://www.cul.com.ua/preview/Etika_dilovogo_spilku_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/KONDOR1/CD/ETUKA\\_DV.pdf](http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/KNIGI/KONDOR1/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 Operations. Ed. By R. D. Mc Laurin. New York, 1982. 108р. URL: <http://www.marketing.cfin.ru/read/m8/5.htm>