

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА**

Факультет історії, політології і міжнародних відносин
Кафедра політичних інститутів та процесів



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Політичний іміджмейкінг

Освітня програма “Політологія”
перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність **052 Політологія**

Галузь знань **05 Соціальні та поведінкові науки**

Затверджено на засіданні кафедри
політичних інститутів та процесів,
протокол № 6 від 28 грудня 2021 року

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Політичний іміджмейкінг
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Викладач (-і)	Березовська-Чміль Олена Борисівна
Контактний телефон викладача	+38(0342)59-61-46
E-mail викладача	olena.berezovska@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	2.Цикл професійної підготовки 2.2. Вибіркові дисципліни 2.2.2. Дисципліни вільного вибору студента
Обсяг дисципліни	3 кредити ECTS, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua
Консультації	Упродовж вивчення курсу згідно розкладу
2. Анотація до курсу	
Серед вибірових навчальних дисциплін важливе місце посідає політичний іміджмейкінг як система теоретико-емпіричних знань про сутнісні характеристики та специфіку конструювання іміджу, технології та стратегії формування і реалізації іміджів політичних лідерів, партій, організацій та держав.	
3. Мета та цілі курсу	
Мета: вивчення сутності та базових характеристик іміджу, основних цілей та принципів іміджмейкінгу у сфері сучасної політики.	
Цілі: засвоєння студентами теоретичних засад іміджмейкінгу, набуття знань умінь і навичок щодо аналізу іміджу та проведення іміджевих кампаній у політичній сфері.	
4. Компетентності	
Інтегральна компетентність	
ПК01. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у політичній сфері, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, із застосуванням теорій та методів політичної науки.	
Загальні компетентності	
ЗК01. Знання предметної області та розуміння професійної діяльності.	
ЗК04. Здатність бути критичним і самокритичним	
ЗК06. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.	
ЗК06. Вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми.	
ЗК07. 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.	
Спеціальні (фахові, предметні) компетенції	
СК01. Здатність використовувати категорійно-понятійний та аналітично-дослідницький апарат сучасної політичної науки.	
СК02. Здатність застосовувати політологічне мислення для розв'язання теоретичних та практичних проблем у політичній сфері на основі опанування класичної та сучасної політичної думки.	
СК03. Здатність описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах.	
СК05. Здатність аналізувати взаємодію політичних акторів та інститутів, владу та урядування, політичні системи та режими, політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування.	
СК06. Здатність аналізувати публічну політику на місцевому, національному, європейському та глобальному рівні	

СК07. Здатність застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності, в тому числі з урахуванням потреб забезпечення сфер національної безпеки держави.
 СК08. Здатність презентувати результати теоретичних і прикладних досліджень для фахівців та нефаківців.

5. Результати навчання

РН01 Розуміти предметну область, етичні та правові засади професійної діяльності
 РН03 Вміти критично мислити у сфері професійної діяльності
 РН04 Мати навички професійної комунікації
 РН05 Вміти використовувати інформаційні та комунікаційні технології у професійній діяльності.
 РН06 Знати свої права та обов'язки як члена демократичного суспільства та використовувати їх у професійній діяльності
 РН08. Вміти використовувати базовий категорійно-понятійний та аналітично-дослідницький апарат сучасної політичної науки.
 РН12. Вміти аналізувати взаємодію політичних акторів та інститутів, владу та урядування, політичні системи та режими, політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування.
 РН13. Вміти аналізувати публічну політику на місцевому, національному, європейському та глобальному рівні.
 РН16. Презентувати результати теоретичних і прикладних досліджень фахівцям і широкій аудиторії, засобам масової інформації, експертам з інших галузей знань.

6. Організація навчання курсу

Обсяг курсу

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	16
семінарські заняття / практичні / лабораторні	18
самостійна робота	56

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
сьомий	Політологія	четвертий	вибірковий

Тематика курсу

- Тема 1. Теоретичні основи дослідження іміджу
- Тема 2. Типологія та елементи іміджу
- Тема 3. Цілі та основні принципи іміджмейкінгу
- Тема 4. Імідж у політиці: технології та ефективність
- Тема 5. Гендерні та ціннісні основи побудови політичного іміджу
- Тема 6. Інструментарій та механізми реалізації політичного іміджу
- Тема 7. Особливості моделювання іміджу політичного лідера
- Тема 8. Специфіка моделювання іміджу політичної партії
- Тема 9. Формування політичного іміджу держави на міжнародній арені

Перелік питань для обговорення на лекції та семінарських заняттях, список літератури для підготовки до кожного заняття та завдання для самостійної роботи, перелік індивідуальних науково-дослідних завдань та вимоги до їх виконання визначені робочою навчальною програмою навчальної дисципліни та розміщені в системі дистанційного навчання.

7. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу	Структура розподілу балів: 1) робота на лекціях та семінарських заняттях – 40 балів
-----------------------------------	--

	<p>2) індивідуальне завдання – 20 балів; 3) контрольна робота – 20 балів; 4) самостійна робота – 20 балів.</p> <p><i>Загальна кількість – 100 балів, форма підсумкового контролю - залік.</i></p>
Вимоги до письмової роботи	<p>Письмове опитування здійснюється у формі письмової контрольної роботи (або тестування), що максимально оцінюється у 20 балів.</p> <p>Виконання письмової роботи передбачає:</p> <p>1) повторення здобувачами лекційного матеріалу та отриманих знань під час підготовки та проведення семінарських занять, самостійного опрацювання рекомендованої літератури; 2) при написанні роботи - виявлення розуміння сутності понять і термінів (10 балів), вміння аналізувати, структурувати основні принципи та методи дослідження (10 балів);</p>
Семінарські заняття	<p>Оцінювання знань студентів на семінарських заняттях проводиться за п'ятибальною шкалою. Пропонуються наступні форми роботи на семінарських заняттях: виступ, презентація, опонування, доповнення, участь у дискусії. При цьому враховуватимуться лише логічно обґрунтовані виступи, альтернативні тези, змістовні доповнення, що дійсно сприятимуть розгляду проблемних питань. Усна відповідь може бути доповнена наочними посібниками, зокрема, візуалізованою презентацією (обсягом 10-15 слайдів), зміст та використання якої оцінюється окремо.</p>
Умови допуску до підсумкового контролю	<p>За умови відпрацювання пропущених занять та належного виконання завдань студент (-ка) допускається до заліку (підсумкова оцінка є результатом сумування балів за всі виконані завдання та форми контролю). Усі види завдань студенти повинні виконати до моменту виставлення підсумкової оцінки за залік (як правило підсумковий бал виставляється на останньому семінарському занятті в кінці семестру). Мінімальна кількість балів для складання заліку – 50, максимальна – 100.</p>
8. Політика курсу	
<p>Політика навчального курсу передбачає Perezдачу усіх невиконаних завдань у випадку пропущених занять без поважних причин. За умови відсутності студента (-ки) на заняттях або ж невчасного виконання завдань студенту пропонується у визначений викладачем день і час відпрацювати пропущені заняття. У випадку незадовільного виконання завдань, виявів недобропорядної поведінки, академічної недоброчесності (списування, плагіату), викладач пропонує студентіві (-ці) повторно виконати необхідний вид роботи. З поважних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись дистанційно за умови погодження із керівником курсу.</p>	

9. Рекомендована література

- Дурдин Д. М. «Образ» политического лидера и возможности его изменения / Д. М. Дурдин // ПОЛИС. – К., 2010. – № 2. – С.133 – 151. – ISSN 0321-2017.
- Хейдер Д. Дао лидера / Хейдер Д. – М.: ПБОЮЛ Медков С. Б., 2004. – 176 с. – ISBN 5-902582-03-4.
- Гринберг Т. Э. Политические технологии: ПР и реклама / Гринберг Т. Э. – М.: Аспект-Пресс, 2005. – 317 с. – ISBN 5-7567-0386-1.
- Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз / Королько В. Г. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2002. — 528 с.— ISBN 5-87983-093-4.
- Политическая реклама / Е. В. Егорова-Гантман, К. В. Плешаков, В. Б. Байбакова; Науч. ред.. А. А. Бирюков. – М.: ЦПК Никколо– Медиа, 2002. – 288 с. – ISBN 5-901488-01-6.
- Егорова-Гантман Е. Имидж лидера / Е. Егорова-Гантман, Е. Абашкина, Ю. Косолапова; под. ред. Е. Егорова-Гантман; общество «Знание» России, Центр политического консультирования «Никколо М». – М.: Мысль, 2004. – 264 с.
- Політологічний енциклопедичний словник /Упор. В.П. Горбатенко; За ред. Шемшученка, В.Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К.: Генеза, 2004 – 736 с. – ISBN 966-504-244-0
- Почепцов Г. Имидж: от фараонов до президентов. Строительство воображаемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз. – К.: АДЕФ-Украина, 2007. – 328 с. – ISBN 966-95153-0-0.
- Лісничий В. В., Грищенко В. О. Сучасний виборчий PR: Навч. посібник / В. В. Лісничий, В. О. Грищенко, В. М. Іванов, М. В. Кінах та ін. – Сєверодонецьк: ЄВРИКА, 2001. – 480 с. – ISBN 966-580-158-9.
- Ольшанський Д. В. Основы политической психологии / Ольшанський Д. В. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 496 с. – ISBN 5-93878-190-6.
- Ольшанский Д. В., Пеньков В. Ф. Политический консалтинг / Ольшанський Д. В. – СПб.: Питер, 2005.– 448 с. – ISBN 5-469-00416-3.
- Лавренко О. Проблеми формування іміджу кандидата в депутати / О. Лавренко // Трибуна: Всеукраїнський громадсько-політичний і теоретичний журнал Товариства «Знання» України і Спільки журналістів України. - 2005. – № 7/8. – С. 24–25. – ISSN 0868-8117.
- Егорова-Гантман Е. В., Плешаков К. В. Политическое консультирование / Егорова-Гантман Е. В., Плешаков К. В. — М.: «Николло М», 2002. — 472 с. — ISBN 5863440988.
- Почепцов Г. Г. Имиджология: теория и практика / Почепцов Г. Г. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2002. – 704 с. – ISBN 5-87983-096-9.
- Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX века / Почепцов Г. Г. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 352 с. – ISBN 5-87983-082-9.
- Почепцов Г. Г. Психологические войны / Почепцов Г. Г. – К.: Ваклер, 2002. – 528 с. – ISBN 966-543-048-3.
- Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер. – 2-е изд., испр. и доп. – К.: ИСО МО Украины, НВФ «Студцентр», 2008. – 256 с. – ISBN 5-7763-8750-7.
- Миліневський М. Імідж політичних партій: Визначення та структура поняття // Политическая наука. – К.: АДЕФ-Украина, 2007. – С. 340–342. – ISSN 1998-1775.
- Горбатенко В. Десять уроків політичного лідерства для пострадянських керівників / В. Горбатенко // Політичний менеджмент. – 2006. – Спецвипуск. – С. 48-63.
- Зеленько Г. Контексти політичного лідерства на постсоціалістичному просторі / Г. Зеленько // Політичний менеджмент. – 2006. – Спецвипуск. – С. 136–147.
- Михальченко М. Пошук лідерів: чесних, талановитих, справедливих.../ М. Михальченко // Політичний менеджмент. – 2006. – Спецвипуск. – С.15–22.
- Рудич Ф. Політичне лідерство в країнах СНД і Балтії: загальне, особливе // Політичний менеджмент. – 2006. – № 2. – С. 3 – 18.

- Лікарчук Н. В. Формування іміджу політичного лідера в процесі виборчої кампанії: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук: спец. 23.00.02 «Політичні інститути і процеси» / Лікарчук Наталія Василівна; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2003. – 21 с.
- Фролов П. Д. У пошуках безпрограшного іміджу. Технології побудови цільового іміджу політика / П. Д. Фролов // Політичний маркетинг та електоральні технології. – Запоріжжя: Гарт, 2002. – С. 84–94. – ISSN 1563-3713.
- Королько В. Г. Основы публик рилейшнз / Королько В. Г. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2002. — 528 с.— ISBN 5-87983-093-4.
- Политическая имиджелогия / Под ред. Л. Г. Лаптева, Е. А. Петровой. – М.: РИЦ АИМ, 2006. – 276 с. – ISBN 5-89349-853-4.
- Зливков В. Выборча кампанія «Президент-2004». Тенденції конструювання іміджу вірогідного переможця / В. Зливков // Соціальна психологія. – 2004. – № 1. – С. 26.
- Вознесенська О. Бестиарні образи ідеальних політиків в уявленні молоді / О. Вознесенська // Соціально-психологічний вимір демократичних перетворень в Україні. – К.: Український центр політичного менеджменту, 2003. – 230 с.
- Фролов П. Психотехнології впливу на виборця: правда і вигадки / П. Фролов // Наукові студії із соціальної і політичної психології. – К., 2002. – № 5 (8). – С. 169–182.
- Малаканов О. А. Политическая коммуникация / О. А. Малаканов // ПОЛИС. – 2000. – № 2. – С. 99–101. – ISSN 0321–2017.
- Бусыгина И. М. Политический интерпретатор и его слово / И. М. Бусыгина // ПОЛИС. – 2000. – № 2. – С.152–155. – ISSN 0321–2017.
- Нагорна Л. П. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики / Нагорна Л. П. – К.: Світогляд, 2005. – 315 с. – ISBN 966-8837-00-2.
- Головатий М. Ф. Політичний менеджмент: Навчальний посібник / Головатий М. Ф. – К.: МАУП, 2005. – 264 с. — ISBN 966-608-165-2.
- Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации / А. И. Соловьев // ПОЛИС. – 2002. – № 3. – С. 5–19. – ISSN 0321-2017.
- Старовойтенко Р. Імідж політичної партії як чинник електорального вибору / Руслан Старовойтенко // Нова політика. – 2001. – № 2. – С. 57.
- Покальчук О. В. Психологічні помилки політичного лідера / Покальчук О. В. // Наукові студії із соціальної та політичної психології. – 2002. – Вип. 6 (9). – С. 208–215.
- Технологии управления харизмой [Електронний ресурс] // Комп&ньоН. – 2005. – № 4(416). – С.54. – Режим доступу до журналу: <http://www.companion.ua/Articles/Content/?Id=142&Callback=73> — Назва з екрану.
- Энкельманн Н. Кеннеди-эффект. Сила и власть харизмы / Энкельманн Н. – М.: Интерэксперт, 2003. – 272 с. – ISBN 5-85523-034-1.
- Мороз В. Формування політичного іміджу на виборах: технології навіювання / В. Мороз // Політична думка. – 2006. – 25 травня. – С.12.
- Деркач А. А. Политическая имиджелогия / Деркач А. А., Карпенко А. С., Лаптев Л. Г. – М.: Аспект-Пресс, 2006. – 399 с. – ISBN - 5-7567-0416-7.
- Бендас Т. В. Гендерные исследования лидерства / Т. В. Бендас // Вопросы психологии. – 2000. – № 1. – С. 87–95. – ISSN 0042-8841.
- Кімелл М. Генерование суспільство / Кімелл Майкл [Пер. з англ. С. Альошина]; Наук. ред. С. Оксамитна. – К.: Сфера, 2003. – 490 с.
- Грабовська І. Україна — простір гендерних утопій чи реальних проблем? / І. Грабовська // Сучасність. – 2003. – № 6. – С. 25–29.
- Берн Ш. Гендерная психология / Ш. Берн. – Спб.: Прайм-Евразия, 2002. – 234 с. – ISBN 5-93878-019-5.

- Мельник Т. М. Міжнародний досвід гендерних перетворень. Закони зарубіжних країн з гендерної рівності / Мельник Т. М. – К.: Генеза, 2004. – 218 с. – ISBN 966-8039-70-X.
- Скар О. М. Соціально-психологічна модель гендерної поведінки політичного лідера в уявленнях студентської молоді автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук: 19.00.05 / Скар Оксана Миколаївна / Ін-т соц. та політ. психології АПН України. – К., 2005 – 20 с.
- Кадрматов Р. Нежіночий вплив. А. Меркель обійшла К. Райс у рейтингу «залізних леді» від політики та бізнесу / Р. Кадрматов // Закон і бізнес. – 2006. – № 6. – С. 6–7.
- Рудич Ф. Політичне лідерство на пострадянському просторі: методологічний контекст / Ф. Рудич // Політичний менеджмент. – 2006. – Спецвипуск. – С. 5–15.
- Флишко У. Час жінки так і не настав / У. Флишко // Західна інформаційна корпорація «Вибори – 2006». – 17 лютого. – С. 8.
- Бандурович О. Образ лідера: представлення и предпочтения жителей Украины / О. Бандурович, А. Стегний, Н. Чурилов // СОЦИС. – 2004. – № 3. – С. 38 – 48. – ISSN 0132-1625.
- Гендер і політика: 2002 та 2006 роки. Що змінилося? // Депутат. – 2006. – 23 червня. – С. 6. – Режим доступу: <http://subscribe.ru/catalog/culture.people.genpol>. — Назва з екрану.
- Кись О. Модели конструирования гендерной идентичности женщины в современной Украине / О. Кись // Гендерная психология. – М.: Академический проект, 2001. – 320 с. – ISBN 5-94723-369-X.
- Скар О. Соціально-психологічне дослідження гендерних характеристик політичних лідерів / О. Скар // Соціальна психологія. – 2006. – № 3 (17). – С. 47–51.
- Мельник Т. М. Гендер у політиці / Т. М. Мельник // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К., «К.І.С.», 2004. – С. 53. – ISBN 966-8039-70-X.
- Менегетти А. Жінщина третього тисячеліття / А. Менегетти – М.: ННБФ «Онтопсихологія», 2003. – 246 с. – ISBN 5-86375-129-0.
- Гриценко О. Й на дзеркало не варто нарікати. Політична портретистика та формування іміджу лідера в сучасній Україні // Віче. – 2003. – № 6. – С. 33–38.
- Москаленко В. В. Гендерна культура та стереотипи в політиці / С. К. Табурова // Гендерні аспекти професійної та соціально-психологічної підготовки дипломатів: Матеріали науково-практичного семінару в рамках програми «Гендерна освіта в Україні» ПРООН Дип. акад. України. – К.: НТУУ КПІ, 2000. – С.17–28.
- Джангіров Д. Жіночі обличчя чоловічої політики / Д. Джангіров, П. Карайченцев // Новый понедельник. – 2006. – 6 марта. – С. 5.

Викладач



Березовська-Чміль О. Б.