

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

Філософський факультет

Кафедра політичних наук

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Заступник декана
філософського факультету
з навчальної роботи
_____ /Комаха Л.Г./
«__» _____ 20__ року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПОЛІТИЧНА ІМІДЖЕЛОГІЯ та ПОЛІТИЧНА МОВА

(1 частина)

ПОЛІТИЧНА ІМІДЖЕЛОГІЯ

для студентів

галузь знань	0301 Соціально-політичні науки
спеціальність	6.030104 Політологія
освітній рівень	бакалавр
освітня програма	Політологія
спеціалізація	Політичний менеджмент
вид дисципліни	вільний вибір студентів

Форма навчання	денна
Навчальний рік	<u>2017/2018</u>
Семестр	VII
Кількість кредитів ECTS	2
Мова викладання	українська
Форма заключного контролю	залік

Викладач: Кляшторний Микола Данилович, кандидат філософських наук, доцент кафедри політичних наук (частина 1 «Політична іміджологія»)

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__»__ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__»__ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

КИЇВ - 2017

Розробник: Кляшторний Микола Данилович, кандидат філософських наук, доцент
кафедри політичних наук

ЗАТВЕРДЖЕНО

Завідувач кафедри
_____ (Шляхтун П.П.)

Протокол № __ від «_» _____ 20__ р.

Схвалено науково-методичною комісією філософського факультету

Протокол від «____» _____ 20__ року №__

Голова науково-методичної комісії _____ (Маслікова І.І.)

«____» _____ 20__ року

ВСТУП

1. Мета дисципліни – оволодіння студентами знаннями щодо політичного іміджу основних закономірностей, технологій та засобів його формування, що дозволить студентам розуміти значення політичного іміджу в сучасній політиці як засобу політичної комунікації та політичної боротьби, ознайомитись з особливостями іміджмейкерської діяльності.

2. Попередні вимоги до опанування навчальної дисципліни:

1. До початку вивчення цього курсу студенти мають знати основні положення загальної теорії політики, політичного маркетингу, політичної психології, політичної реклами, виборчих технологій та електоральної поведінки.

2. Вміти на основі знань про імідж та іміджеві технології, орієнтуватися в особливостях політичних процесів як в Україні так і в інших країнах.

3. Володіти навичками наукових досліджень, здійснення самостійних експертно-аналітичних оцінок збору та обробки наукової інформації в галузі політичної іміджології та критичного ставлення до використання різних форм, стратегій і тактик формування політичного іміджу.

3. Анотація навчальної дисципліни: дисципліна «Політична іміджологія та політична мова» належить до переліку дисциплін спеціалізації «Політичний менеджмент» та є вибірковою дисципліною, викладається у VII семестрі бакалаврату та складається з двох частин. Перша частина дисципліни «Політична іміджологія» знайомить студентів із закономірностями, принципами, технологіями, засобами та прийомами формування іміджу різних суб'єктів політики, національними та гендерними особливостями політичного іміджу, специфікою формування політичного іміджу в сучасній Україні.

4. Завдання (навчальні цілі): оволодіння студентами знаннями про сутність та особливості політичного іміджу, шляхи та технології його формування, ознайомитись з досвідом формування політичного іміджу як в Україні так і в зарубіжних країнах. В результаті навчання студенти повинні продемонструвати масив необхідних теоретичних знань, та вміння їх використовувати при аналізі практики іміджмейкерської діяльності.

5. Результати навчання за дисципліною:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація 4. автономність та відповідальність)		Форми викладання і навчання	Методи оцінювання	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
	Знати:			
1.1	Причини актуалізації та основні етапи становлення і розвитку політичної іміджології та іміджмейкерської діяльності, сучасний стан теорії та практики формування політичного іміджу в Україні.	Лекція, самостійна робота	Реферат, залік	5

1.2	Особливості технології стратегій і тактик формування іміджу політичного лідера та політичних інститутів	Лекція, самостійна робота	Реферат, залік	7
1.3	Використання різноманітних засобів, прийомів та методів формування політичного іміджу в сучасній Україні зокрема «білого» і «чорного» PR	Лекція, самостійна робота	Реферат контрольна робота, залік	8
	Вміти:			
2.1	Аналізувати методи та прийоми іміджмейкерської діяльності існуючі стереотипи масової свідомості	Лекція, самостійна робота	Реферат, залік	5
2.2	Здійснювати оцінку виборчих кампаній з кута зору ефективності використання іміджевих технологій	Самостійна робота	Реферат	5
2.3	визначати типи політичних іміджів, їх національні та гендерні особливості	Самостійна робота	Реферат, контрольна робота	5
	Комунікація:			
3.1	використання знань різних наукових дисциплін щодо формування іміджу політичних лідерів та державних інститутів, вивчення новітньої політологічної літератури з проблематики політичної іміджелогії	Самостійна робота	Реферат	5
3.2	Презентувати результати проведених самостійних досліджень досвіду формування політичного іміджу в Україні та в інших країнах у формі доповідей, есе, конспектів	Самостійна робота	Реферат	3
3.3	вести полеміку щодо особливостей формування іміджу різних суб'єктів політики на основі аналізу практики іміджмейкерської діяльності.	Самостійна робота	Дискусія	3
	Автономність та відповідальність:			
4.1	самостійно шукати та критично опрацьовувати літературу з проблем теорії та практики політичної іміджелогії, вільно орієнтуватися в питаннях застосування іміджевих технологій	Самостійна робота	Реферат	3
4.2	самостійно вирішувати завдання пов'язані з пошуками шляхів, засобів та технологій формування політичного іміджу, застосування	Самостійна робота	Реферат	3

	різних іміджевих стратегій і практик			
--	--------------------------------------	--	--	--

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

Результати навчання дисципліни (код)	1.1	1.2	2.1	4.1	4.2
Програмні результати навчання (назва)					

7. Схема формування оцінки.

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає оцінювання теоретичної підготовки (результати навчання 1.1–1.3); оцінювання практичної підготовки (результати навчання 2.1-2.3); оцінювання комунікації (результати навчання 3.1-3.3); оцінювання автономності та відповідальності (результати навчання 4.1-4.3). Загальна оцінка складає до 50 балів, що розподіляються на 40 і 10 балів відповідно між результатами семестрового і підсумкового (на заліку) оцінювання.

7.1. Форми оцінювання знань студентів:

- семестрове оцінювання:

1. Реферат (до 3 балів): Р.Н. 1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 4.1, 4.2, 4.3
4. Контрольна робота (до 5 балів): Р.Н.1.3, 2,3

Вибір і комбінування форм оцінювання знань студентів та нарахування відповідної кількості балів здійснюються залежно від конкретних навчальних ситуацій.

- **підсумкове оцінювання:** письмова контрольна робота в обсязі навчальної програми.

- **умови допуску до підсумкового заліку:** студент допускається до складення заліку за умови отримання ним за результатами семестрового оцінювання щонайменше 24 бали.

7.2. Організація оцінювання: оцінювання здійснюється за національною шкалою з переведенням у бали за п'ятидесятибальною шкалою: “зараховано”(30 і більше балів); “не зараховано” (менше 30 балів). Підсумкове оцінювання у формі контрольної роботи (до 10 балів) оцінюється наступним чином:

10 балів – студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст поставленого завдання, використовуючи обов'язкову та додаткову літературу;

5 балів - студент у достатньому обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно його викладає, але не вистачає аргументації в поясненнях, в основному розкриває зміст поставленого завдання, використовує обов'язкову літературу. Допускаються несуттєві неточності;

3 балів – студент в цілому володіє навчальним матеріалом, але не демонструє глибини знань, не спирається на необхідну навчальну літературу, у відповіді є суттєві неточності.

Остаточна кількість балів є сумою балів, отриманих за результатами семестрового оцінювання і безпосередньо на заліку.

При простому розрахунку отримуємо: (за I частину курсу)

	Семестрова кількість балів	ПКР (підсумкова контрольна робота)	Підсумкова оцінка
мінімум	24	6	30
максимум	40	10	50

7.3. Шкала відповідності оцінок:

Зараховано	60-100 балів
Не зараховано	0-59 балів

8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план лекційних занять

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Семінари	Самостійна робота
1	Тема 1. Політична іміджелогія в структурі сучасної системи знань.	1		5
2	Тема 2. Поняття, структура та типологія політичного іміджу	2		10
3	Тема 3. Шляхи та технології формування політичного іміджу	4		10
4	Тема 4. Засоби формування політичного іміджу	2		10
5	Тема 5. Чорний PR. Основні технології та методи	2		10
6	Тема 6. Особливості формування іміджу політичної партії	2		5
7	Тема 7. Гендерні та національні особливості політичного іміджу	2		5
	Контрольна робота	2		
	ВСЬОГО	17		55

Загальний обсяг 72 год., в тому числі:

Лекцій - 17 год.

Самостійна робота - 55 год.

Тематика рефератів

1. Політична іміджелогія як складова політичної науки.
2. Особливості політичної іміджелогії.

3. Поняття, структура, типологія політичного іміджу.
4. Імідж політичного лідера.
5. Імідж політичної партії, особливості формування.
6. Основні етапи та технології формування політичного іміджу.
7. Політична реклама як засіб формування політичного іміджу.
8. Основні методи формування політичного іміджу.
9. Проблема ефективності формування політичного іміджу.
10. Міф в сучасних політичних технологіях.
11. «Чорний PR». Основні засоби та методи.
12. Проблема іміджу політичного в сучасній Україні.
13. Іміджі сучасних українських політиків.
14. Особливості формування іміджу держави.
15. Гендерні особливості політичного іміджу.
16. Етнонаціональні особливості політичного іміджу.

Література

1. Абашкин Е., Егоровова-Гантман. Имидж лидера. - М., 1994.
2. Амелин В.Н., Левчик Д.А., Устименко С.В. Воюют надписи. Имидж кандидата и способы его актуализации. М., 1995.
3. Ашин А.К. Политическое лидерство: оптимальный стиль // Общественные науки и современность. - 1993. - №2.
4. Барна Н.В. Іміджелогія. Навч.посіб. для дистанційного навчання.К., 2007
5. Бебик В. Політичний маркетинг і менеджмент. - К., 1996.
6. Бебик В. Як стати популярним перемогти на виборах та утриматись на політичному олімпі. - К., Абрис, 1993.
7. Блондель М. Политическое лидерство. - М., 1992.
8. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – Спб. 1998-182 с.
9. Выдрин Д.И. Очерки практической политологии. - К., 1991.
10. Выдрин Д.И. Политика. - К., 2001.
11. Вопросы политического лидерства. - К., 1992.
12. Жмыриков А.Н. Как победить на выборах. - М., 1994.
13. Ильин М.В., Коваль Б.И. Личность в политике. Кто играет короля? //Политические исследования. - 1991, №6.
14. Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг, или как «продать» вождя //Полис, 1997, №5.
15. Імідж політика //Час молоді. - інформаційно-методичний бюлетень. - К., 1997, №10, 11, 12.
16. Ковлер А. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт. - М., 1995.
17. Королько В. Основы PR. - К., 1997.

18. Кухта Б. Феномен політичного лідера. Історичні силуети на тлі епох. - Львів, 2000
19. Лебедець В.С., Федотова Г.М. Имидж влади та засоби його формування. // Актуал. проблеми державного управління. - К., 2001, №2.
20. Макиавелли. Государь. - М., 1990.
21. Максимов А. «Чистые и грязные» технологии выборов. - М., 1997.
22. Малькова Т., Фролова М., Массы. Элита. Лидер. - М., 1992.
23. Міщенко М. Влада іміджу. // Розбудова держави. - 1998, №9, 10.
24. Моисеев В.А. Паблик рилейшнз»: теория и практика. - К., 1999.
25. Мескон М.Х. Основы менеджмента. - М., 1992.
26. Михайлец Г.П. Практическая имиджелогия: управляй своей репутацией. - М. 2008.
27. Петрунько О.В. Хто при владі (або уявлення українського електорату про ідеального політичного лідера // Трибуна., 1997, №9-10.
28. Погорілий Ю. Психологічні особливості формування іміджу політичного лідера //Вісник Харківського державного ун-ту, 1999, №439. Серія Психологія, Політологія.
29. Палеха Ю.І. Іміджелогія: навч.посібник, 2005-324 с.
30. Почепцов Г. Имиджелогия: теория и практика. - К., 1998.
31. Почепцов Г. Выборчий імідж. //Нова політика, 1998, №3.
32. Почепцов Г. Іміджмейкер. - К., 1995.
33. Почепцов Г. Символы в политической рекламе.
34. Ричард Х. Консильеры. Лидер в тени. М.2015
35. Татенко В. Як стати і бути лідером: поради психолога. - К., 1996.
36. Технология и организация выборных кампаний: зарубежный и отечественный опыт. - М., 1993.
37. Ушаков Б.П. Имидж как социально-психологическая проблема. - М., 1996.
38. Фаер С. Проблемы, стратегии и тактика в выборной борьбе. Спб., 1998.
39. Цуладзе А. Формирование имиджа политика в России. - М., 1999.
40. Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. - М., 1997.
41. Шкурат І. Технологія побудови іміджу політичного лідера під час виборчої кампанії //Вісник Україн. акад. держ. управління при Президентіві України. - 1999, №2.
42. Холод О.М. Основы имиджелогии – К. 2002
43. Юнг К. Человек и его символы. - М., 1998.