

**Державний вищий навчальний заклад
«Донбаський державний педагогічний університет»
Горлівський інститут іноземних мов**

**КОРОТКОСТРОКОВА ПРОГРАМА
підвищення кваліфікації**

Назва програми:

ПОЛІТИЧНА ІМІДЖОЛОГІЯ

Шифр програми: СК2020/011

Рік запровадження програми: 2020

Програму затверджено: на засіданні Вченої ради ГІІМ ДВНЗ ДДПУ від
від 29.04.20 (Протокол №9)

Програму погоджено- (Найменування організації, установи, державного
органу, органу місцевого самоврядування, дата і номер документа, яким
погоджено програму).

Бахмут 2020

ПРОФІЛЬ ПРОГРАМИ

1. Загальна інформація	
Назва програми	Політична іміджологія
Шифр програми	СК2020/011
Тип програми за змістом	Спеціальна
Форма навчання	Дистанційна
Цільова група	Державні службовці структурних підрозділів місцевих державних адміністрацій з питань соціального захисту населення, підприємств, установ, та організацій, що належать до сфери управління Мінсоцполітики
Передумови навчання за програмою	-
Найменування замовника освітніх послуг у сфері професійного навчання за програмою-	
Найменування партнера (партнерів) програми	
Обсяг програми	1 кредит ЄКТС (30 год)
Тривалість програми та організація навчання	Кількість днів Період проведення дистанційних занять
Мова(и) викладання	Українська
Напрямок(и) підвищення кваліфікації, який (які) охоплює програма	Соціально-психологічні теорії комунікації
Перелік професійних компетентностей, на підвищення рівня яких спрямовано програму	Іміджостворююча компетентність, комунікативна компетентність
Укладач(і) програми	Н. М. Волвенко, канд. політ. наук, доцент кафедри вітчизняної та зарубіжної історії
2. Загальна мета – ознайомлення слухачів із соціально-психологічними теоріями комунікації та інформаційно-комунікативними технологіями, набуття знань, умінь та навичок у сфері створення політичного іміджу, засвоєння його методики. Формування професійно спрямованої системи	

знань, вмінь та навичок, які в сукупності й утворюють основу професіоналізму сучасного фахівця.

3. Очікувані результати навчання

За результатами навчання слухачі повинні демонструвати:

знання	теоретико-методологічних засад політичної іміджології, базових понять дисципліни, закономірностей формування і трансформації політичного іміджу, способів корекції та управління політичним іміджем;
уміння	визначити місце та роль політичної іміджології в системі консультаційних послуг, розкрити особливості процесу побудови особистого політичного іміджу, політичного іміджу організації, політичного іміджу країни;
навички	оволодіння прийомами, методами психологічного впливу і переконання людей в процесі іміджостворюючої діяльності, визначення місця політичної іміджології у загальній системі громадських зв'язків та різноманітних видах інформаційно-комунікаційного процесу.

4. Викладання та навчання (методи навчання, форми проведення навчальних занять)

Методи навчання: проблемний виклад навчального матеріалу, метод усного викладу, спостереження, метод самостійної роботи державних службовців, метод вправ.

Форми проведення навчальних занять: дистанційні лекції, практичні заняття, самостійна робота

5. Ресурсне забезпечення дистанційного навчання

Назви вебплатформи, вебсайту, електронної системи навчання, через які здійснюватиметься дистанційне навчання із зазначенням посилання (вебадреси)	MOODLE ГІІМ http://dl.forlan.org.ua/
Назва дистанційного етапу/модуля	Політична іміджологія

6. Оцінювання і форми поточного, підсумкового контролю

Критерії оцінювання та їх питома вага у підсумковій оцінці (%)	Проміжний контроль – 60 %
	Підсумковий контроль – 40 %
Форма підсумкового контролю	Тестування

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ

Назва теми	Кількість годин				
	загальна кількість годин/ кредитів ЄКТС	зокрема:			
		аудиторні заняття	дистанційні заняття	навчальні візити	самостійна робота слухачів
1	2	3	4	5	6
Тема 1. Політична іміджологія як наука та навчальна дисципліна.	5		4		1
Тема 2. Сутнісні характеристики політичного іміджу та основні закономірності його побудови	5		4		1
Тема 3. Іміджмейкінг: сутність, основні принципи.	5		4		1
Тема 4. Технології формування політичного іміджу.	5		4		1
Тема 5. Інструментарій політичної іміджології .	5		4		1
Тема 6. Імідж країни.	3		2		1
Підсумковий	2		2		-

контроль результатів навчання					
РАЗОМ	30		24		6

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Тема 1. Політична іміджологія як наука і навчальна дисципліна

1. Системна характеристика політичної іміджології.
2. Предмет, об'єкт, цілі та завдання.
3. Функції політичної іміджології.
4. Методологічна база політичної іміджології.
5. Взаємозв'язок політичної іміджології з іншими дисциплінами.
6. Основні теоретичні підходи до визначення поняття «імідж».
7. Феномен моди як механізм успішності інноваційних стратегій.
8. Мода як механізм соціальної регуляції поведінки.
9. Мода як атрибут динаміки політичних процесів.

Тема 2. Сутнісні характеристики політичного іміджу та основні закономірності його побудови

1. Класифікація іміджів. Складові політичного іміджу.
2. Функції та роль політичного іміджу в структурі сучасного світу.
3. Основні вимоги до створення позитивного образу (світовий та вітчизняний доробки).
4. Політичний імідж та репутація, імідж і бренд – спільне і відмінне.
5. Перехід від іміджу до міфу, процеси зіткнення міфів.
6. Політичний імідж у різноманітних соціокультурних контекстах.
7. Алгоритм формування політичного іміджу.
8. Когнітивні та комунікативні закономірності процесу створення політичного іміджу.
9. Специфіка тактики впливу на підсвідомість.

Тема 3. Іміджмейкінг: сутність, основні принципи

1. Цілі та завдання іміджмейкінгу.
2. Основні терміни іміджмейкінгу.
3. Основні принципи роботи з іміджстворюючими якостями.
4. Сутність теорії «перформанса» як основи іміджмейкінгу.
5. Основні принципи організації іміджевих заходів (церемонії відкриття, прийоми, презентації, конференції, «круглі столи», фестивалі, спонсорство та ін.).

Тема 4. Технології формування політичного іміджу

1. Світовий досвід формування політичного іміджу.
2. Типи політичних іміджів у національному вимірі.
3. Методи формування політичного іміджу: «клапана», «живої мішені», «краплі», «підказки», резонансної технології та ін.
4. Стратегія формування політичного іміджу.
5. Основні тактики створення іміджу політика.
6. Маніпулятивні прийоми та технології у політичній комунікації.
7. Соціально-психологічні моделі створення політичного іміджу.
8. Складові іміджу організації (політичної партії).
9. Провідні напрями формування іміджу організації (політичної партії): PR, реклама тощо.
10. Завдання і функції імідж-реклами. Слоган як основна рекламна константа.
11. Інформаційно-комунікативні технології як фактор ефективного функціонування політичного іміджу.

Тема 5. Інструментарій політичної іміджології

1. Імідж і PR: пошук ефективних методів впливу на аудиторію. Мода та політичний імідж.
2. Домінантні інтенції феномену моди: спрощення та популяризація.
3. Інструментарій політичної іміджології: позиціонування, маніпулювання, міфологізація, емоціоналізація, вербалізація, деталізація, акцентування інформації, архаїзація, дистанціонування, метафоризація, дослідження громадської думки та ін.
4. Політичний імідж як спосіб візуальної комунікації.
5. Мода в полі невербальних характеристик: політико-технологічний вимір.
6. Моделі візуальної комунікації. «Чотирикратна» модель іміджевої кампанії.

Тема 6. Імідж країни

1. Складові іміджу країни.
2. Зовнішній імідж країни: основні механізми формування, підтримання, корекції та управління.
3. Внутрішній імідж країни: умови формування.
4. Об'єктивні іміджі країни (економічний, соціальний, гуманітарний, політичний, культурний та ін.).
5. Роль ЗМІ у процесі створення іміджу країни.
6. Основні функції іміджу країни.
7. Суб'єктивні та об'єктивні фактори побудови іміджу країни.
8. Соціальні цінності як чинник формування іміджу країни.
9. Крос-культурні комунікації: сутність, специфіка, характерне.
10. Особливості побудови іміджу України.

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Максимальна оцінка за проходження курсу – 100 %:

- проміжний контроль (наприкінці кожної теми) – 60 %;
- підсумковий тест-іспит (наприкінці курсу) – 40 %.

Слухач одержує сертифікат у разі виконання всіх завдань на 60 % і більше відсотків.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз. – К., 2005.
2. Биркенбил В. Язык интонации, мимики, жестов. – СПб., 1997.
3. Богданова Е. Л. Информационный маркетинг: Учебное пособие. – СПб., 2000.
4. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – СПб., 1996.
5. Введенская Л. А., Павлова Л. Г. Культура и искусство речи. Современная риторика. – Ростов н/Д., 1995.
6. Политическая имиджелогия: Монография / Под общ. Науч. Ред. Л. Г. Лаптева, Е. А. Петровой. – М., 2006.
7. Почепцов Г. Г. Имидж: от фараона до президента. – К., 1999.
8. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. – М., 2000.
9. Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологии. – М., 2003.
10. Проблеми іміджології: Зб. наук. доп. учасників IV наук.-практ. конф. 16.05.2003 р. – К., 2003.
11. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління. – К., 2001.

1 Найменування організації, установи, державного органу, органу місцевого самоврядування, дата і номер документа, яким погоджено програму.

2 Для спеціальних професійних (сертифікатних) програм.

3 Для змішаної форми навчання.