

Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

Кафедра політичних наук і права

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

**до проведення практичних занять та організації самостійної і
індивідуальної роботи з навчальної дисципліни**

ІМІДЖОЛОГІЯ

для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
спеціальності 052 «Політологія».

Укладачі: доктор політичних наук, професор, професор кафедри політичних наук і права Наумкіна С. М.
кандидат політичних наук, старший викладач Дмитрашко С. А.

Одеса - 2023

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Південноукраїнського національного педагогічного університету
імені К. Д. Ушинського (протокол № 6 від 28 грудня 2023 року)*

Рецензенти:

*Коч С. В., доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри
політології Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.*

*Гедікова Н. П., доктор політичних наук, професор, професор кафедри
політичних наук і права, Державного закладу «Південноукраїнський
національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»*

НЗ4 Наумкіна С. М. Дмитрашко С. А. Методичні рекомендації до проведення практичних занять та організації самостійної і індивідуальної роботи з навчальної дисципліни «Іміджологія» [для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 052 «Політологія»]. Одеса : Університет Ушинського. 2023. 60 с.

Методичні рекомендації до проведення практичних занять та організації самостійної і індивідуальної роботи з навчальної дисципліни «Іміджологія» містять навчально-тематичний план практичних занять, завдання до практичних занять, питання для обговорювання, закріплення й перевірки знань здобувачів, питання та завдання для самостійного опрацювання певної частини курсу, творчо-аналітичні завдання, приблизну тематику індивідуальних навчально-дослідних завдань та методичні рекомендації щодо їх виконання, тестові завдання, питання до заліку, а також систему оцінювання щодо форм поточного та підсумкового контролю з поясненнями, список рекомендованих джерел інформації.

ЗМІСТ

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ.....	4
РОЗДІЛ 1. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ.....	8
РОЗДІЛ 2. ЗМІСТ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯСАМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ	9
Змістовий модуль 1. Імідж та його побудова у політичному середовищі	
Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу	11
Практичне заняття № 1.....	11
Практичне заняття № 2	12
Тема 1. Імідж як феномен сучасного світу.....	13
Практичне заняття № 3	13
Практичне заняття № 4	13
Тема 2. Іміджмейкерство та технології формування іміджу	14
Практичне заняття № 5	15
Практичне заняття № 6	16
Тема 2. Іміджмейкерство та технології формування іміджу	17
Практичне заняття № 7	17
Практичне заняття № 8	18
Тема 3. Технології управління особистісним іміджем	19
Практичне заняття № 9	19
Практичне заняття № 10.....	20
Тема 3. Технології управління особистісним іміджем	21
Практичне заняття № 11	21
Практичне заняття № 12.....	22
Тема 4. Побудова ефективного іміджу	24
Практичне заняття № 13	24
Практичне заняття № 14.....	25
Тема 4. Побудова ефективного іміджу	26
Практичне заняття № 15.....	26
Практичне заняття № 16.....	27
Тема 5. Особливості створення ділового іміджу політичного діяча	29
Практичне заняття № 17.....	29
Практичне заняття № 18.....	30
Тема 5. Особливості створення ділового іміджу політичного діяча	32
Практичне заняття № 19.....	32
Практичне заняття № 20.....	33
РОЗДІЛ 3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКИХ ЗАВДАНЬ.....	35
РОЗДІЛ 4 КОНТРОЛЬНІ ЗАСОБИ ПЕРЕВІРКИ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРАКТИЧНОЇ ТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ.....	38
СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ	48
Рекомендовані джерела інформації	56
Додаток А	58

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Методичні рекомендації укладені відповідно до ОПП «Політологія» підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 052 «Політологія». У рекомендаціях висвітлені основні завдання щодо практичних занять, самостійної та індивідуальної роботи здобувачів зазначеного профілю відповідно до сучасних тенденцій освітньо-наукового процесу в закладі вищої освіти.

Навчальна дисципліна «Іміджологія» є обов'язковою дисципліною для підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 052 «Політологія».

Сучасна культура висуває високі вимоги до творчого потенціалу фахівців, який повинен проявлятися у репутаційних та іміджевих характеристиках. Фахівець, який прагне високого соціального статусу, має володіти необхідними техніками та технологіями створення власного особистісного іміджу, міркувати над бажаним іміджем та розвивати себе як бренд на сучасному ринку праці. Сьогодні при працевлаштуванні перевага надається тим випускникам університетів, які володіють техніками та технологіями іміджмейкінгу, PR-технологіями, уміннями та навичками створення ділового іміджу сучасного політика чи ефективного іміджу політичної партії. Тому для студентів, насамперед, політологічного профілю, з-поміж навчальних дисциплін ознайомлювального характеру однією з важливих є навчальна дисципліна «Іміджологія». Отже, сучасний фахівець політологічного профілю повинен мати не тільки глибоку професійну підготовку, а й певний обсяг знань у галузі соціальних комунікацій, що передбачає засвоєння ефективних технологій та технік створення яскравого особистісного іміджу, просування себе як фахівця високого рівня та гідної особистості з високою репутацією.

Мета навчальної дисципліни: надати студентам знання про методик створення, функціонування та оцінки іміджу; розкрити студентам знання про структуру, основні напрямки і форми діяльності іміджмейкера; показати механізми впливу іміджу на свідомість і несвідоме універсальної, цільової аудиторії; сформувати уміння створення політичного іміджу та бренду політичного лідера, політичної партії; познайомити з механізмами корегування іміджу політика; навчити практично використовувати набуті знання у професійній діяльності.

Очікувані програмні результати навчання:

ПРН02. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово у професійній діяльності.

ПРН04. Мати навички професійної комунікації.

ПРН05. Вміти використовувати інформаційні та комунікаційні технології у професійній діяльності.

ПРН10. Вміти описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах.

ПРН11. Застосовувати інструментарій нормативної та емпіричної політичної теорії, політичної методології, порівняльної та прикладної політології, міжнародних та глобальних студій у фаховій діяльності.

ПРН12. Вміти аналізувати взаємодію політичних акторів та інститутів, владу та урядування, політичні системи та режими, політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування.

ПРН14. Застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності.

ПРН15. Конструювати дизайн, розробляти програму та виконувати політологічні дослідження з використанням сучасних методів, технологій та інструментарію політичного аналізу.

ПРН16. Презентувати результати теоретичних і прикладних досліджень фахівцям і широкій аудиторії, засобам масової інформації, експертам з інших галузей знань.

ПРН19. Професійно виконувати політико-організаційні, дорадчі та консультаційні функції на регіональному, національному та міжнародному ринках праці.

Очікувані результати вивчення дисципліни

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен:

знати :

- місце та роль Іміджології у системі суміжних дисциплін;
- типології іміджів та їх функцій;
- головні шляхи створення ефективного іміджу політика;
- етапи, риси, різновиди іміджів;

уміти :

- аналізувати, синтезувати, співставляти знання щодо основних типів іміджу та використовувати їх у прикладному аспекті;
- практично використовувати засвоєні теоретичні знання у створенні іміджевої продукції;
- зіставляти та оцінювати іміджеві продукти у відповідності до їх призначення;
- володіти прийомами створення ефективного іміджу особистості, корпорації;
- брати участь у розв'язанні складних спеціалізованих задач в іміджмейкінгу, що передбачає застосування певних теорій та методів іміджології;
- описувати та пояснювати прийоми створення різних видів іміджу;
- демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, творчої діяльності;

- використовувати отримані знання як базові для подальшого поглибленого вивчення навчальних дисциплін політологічного циклів;
- розвивати професійну інтуїцію, професійне мислення як єдність прикладного і теоретичного знання, що дозволяє більш раціонально і системно використовувати їх у практичній площині політтехнологічної діяльності.
- застосувати основні методи створення, поширення, корегування іміджу політика у вирішенні професійних завдань, використовувати новітні ІТ-технології у професійній діяльності;

Унаслідок досягнення результатів навчання здобувачі вищої освіти в контексті змісту навчальної дисципліни мають опанувати такі компетентності:

Загальні компетентності:

ЗК02. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК03. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК05. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК06. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

Спеціальні компетентності:

СКО3. Здатність описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах.

СК04. Здатність застосовувати інструментарій нормативної та емпіричної політичної теорії, політичної методології, порівняльної та прикладної політології, міжнародних та глобальних студій у фаховій діяльності.

СК05. Здатність аналізувати взаємодію політичних акторів та інститутів, владу та урядування, політичні системи та режими, політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування.

СК07. Здатність застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності.

СК08. Здатність конструювати дизайн, розробляти програму та виконувати політологічні дослідження з використанням сучасних методів, технологій та інструментарію політичного аналізу.

СК09. Здатність презентувати результати теоретичних і прикладних досліджень для фахівців та нефахівців.

СК12. Спроможність професійно виконувати політико-організаційні, дорадчі та консультаційні функції на регіональному, національному та міжнародному ринках праці.

ОПАНОВУЮЧИ ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗДОБУВАЧ ПОВИНЕН ДОТРИМУВАТИСЯ ПРИНЦИПІВ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ:

- сумлінно, вчасно й самостійно (крім випадків, які передбачають групову роботу) виконувати навчальні завдання, завдання проміжного та підсумкового контролю;
- бути присутнім на всіх навчальних заняттях, окрім випадків, викликаних поважними причинами;
- ефективно використовувати час на навчальних заняттях для досягнення навчальних цілей, не марнуючи його на зайві речі;
- сумлінно виконувати завдання з самостійної роботи, користуватися інформацією з надійно перевірених джерел, опрацьовувати запропоновані та додаткові літературні джерела та Інтернет-ресурси.

РОЗДІЛ 1. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Теми практичних занять

№	Назва теми	Кількість годин	
		Денна	Заочна
1	<i>Семінар «Імідж як феномен сучасного світу»</i>	8	
2	<i>Дискусія «Іміджмейкерство та технології формування іміджу»</i>	8	
3	<i>Кейс-стаді «Технології управління особистісним іміджем»</i>	8	
4	<i>Майстер-клас «Побудова ефективного іміджу»</i>	8	
5	<i>Круглий стіл «Особливості створення ділового іміджу політичного діяча»</i>	8	
	Разом:	40	

Усі форми проведення практичних занять передбачають дискусію зі сформульованих питань, з'ясування виділених термінів і понять, обговорення доповідей і виконаних практичних завдань: кейсів, презентацій. Головними вимогами є формування власного погляду на технологічні підходи до створення іміджу, сучасні техніки й прикладні інструменти іміджмейкінгу, оцінка ефективності іміджів політиків і політичних партій та їх придатності в соціально-політичній комунікації в світі та Україні.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Самостійна робота здобувачів є однією з головних форм освітнього процесу. Глибоке розуміння питань багато в чому залежить саме від самостійної роботи. Самостійна робота здобувачів спрямована на те, щоб здобувач був не лише пасивним споживачем знань, але й активним їх творцем, котрий вміє сформулювати проблему, аналізувати шляхи її розв'язання, що передбачає орієнтацію на активні методи оволодіння знаннями, розвиток творчих здібностей, розвиток вмінь творчого застосування вже набутих знань. Тож, **мета** організації самостійної роботи здобувачів полягає у інтенсифікації вивчення матеріалу, стимулюванні здобувачів до опрацювання додаткових матеріалів з різних джерел, розвитку пізнавальних здібностей, творчої активності.

Самостійна робота здобувачів передбачає:

1. Опрацювання лекційного матеріалу.
2. Самостійне опрацювання окремих питань, що не розглядалися у лекційному курсі.
3. Роботу з науковою літературою та першоджерелами, підручниками та періодичною літературою.
4. Виконання теоретичних та творчих завдань до кожної з тем навчальної дисципліни.
5. Позааудиторну роботу – участь в обговореннях важливих та актуальних питань на науково-практичних конференціях, науково-практичних семінарах, круглих столах.
6. Підготовка до модульного контролю та заліку;
7. Консультації викладачів

Консультативна допомога здобувачу надається у таких формах:

- особиста зустріч викладача і студента за графіком консультацій (Понеділок 15-17, Четвер 14.00-16.00);
- листування за допомогою електронної пошти (svetlana.naumkina@gmail.com (у форматі 24/7));
- відеозустріч, аудіоспілкування або чат консультації, за домовленістю з ініціативи здобувача (-ів) вищої освіти, індивідуальні, групові – ZOOM, Teams 365 в робочі дні.

Кожен із зазначених видів потребує від здобувачів наполегливої самостійної праці. Насамперед, потрібно, щоб кожен здобувач у процесі навчання дотримувався гігієни розумової праці. Викладач дисципліни на початку вивчення дисципліни проводить настановне заняття, особливо зі здобувачами, які оформили індивідуальний графік навчання. Здійснюється самостійна робота безпосередньо через зміст і методи всіх видів навчальних занять. Самостійна робота здобувачів є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у вільний від аудиторних навчальних занять час. Навчальний час, відведений для самостійної роботи

здобувачів, регламентується робочим навчальним планом. Завдання до самостійної роботи мають унеможливити механічне заучування здобувачами фактичного матеріалу або поверхове знайомство з явищами та процесами. Для отримання позитивної оцінки здобувач повинен не просто продемонструвати володіння певним обсягом знань, а й уміти розв'язувати певні елементи наукових проблем, аналізувати та систематизувати отримані дані, знаходити оригінальні рішення на підставі самостійно здобутої інформації, формулювати й відстоювати власну точку зору. Йдеться, передусім, про самостійне опрацювання навчальної, наукової та довідкової літератури. Рекомендованим елементом цієї роботи здобувачів є ведення записів (допускається й електронний варіант або презентація). Такий підхід сприяє кращому засвоєнню фактичного матеріалу, дає можливість зберегти його в зручному для використання вигляді. Рівень виконання здобувачем самостійної роботи враховується при виставленні підсумкової оцінки за змістовими модулями навчальної дисципліни.

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗДОБУВАЧІВ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин		Форма контролю
		денна	заочна	
1	Імідж як феномен сучасного світу	10		<i>усне опитування, письмова робота, залік</i>
2	Іміджмейкерство та технології формування іміджу	10		
3	Технології управління особистісним іміджем	10		
4	Побудова ефективного іміджу	10		
5	Особливості створення ділового іміджу політичного діяча	10		
	Разом	50		

РОЗДІЛ 2.
ЗМІСТ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ
САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ
Змістовий модуль 1. Імідж та його побудова у політичному
середовищі.

Тема 1. Історія та основні етапи розвитку категорії іміджу.
Практичне заняття № 1. Семінар «Імідж як феномен сучасного світу»
(2 год.).

Питання до обговорення:

1. Протоіміджеві явища у Стародавньому світі: Давній Єгипет та Античність. Необхідність представлення лідера і групи як унікальних і привабливих в очах оточуючих.
2. Категорія іміджу у середні віки. Категорія іміджу у Нові часи. Культ «прекрасної дами» та «шляхетного лицаря», куртуазна культура. Поради Н. Макіавеллі державцю.
3. Традиції іміджування XIX-XX століть. Вплив наочних засобів на формування іміджу як напряму соціокультурної діяльності.
4. Кеннет Болдуінг та запровадження поняття іміджу та його користь для ділового успіху.
5. Конструювання іміджу за Г. Почепцовим: об'єктивне-суб'єктивне; природне-штучне; когнітивне-емоційне.

Питання до роздумів:

1. Чи погоджуєтесь Ви з витоками іміджування? У Вас є особиста думка з цього приводу?
2. Охарактеризуйте сутність та відмінність понять «образ» та «імідж».
3. У чому полягає своєрідність протоіміджу?
4. Чи можливо вважати протоіміджеві явища тотожними сучасному іміджмейкерству? Обґрунтуйте свою думку.
5. Яке Ваше бачення місця навчальної дисципліни «Іміджологія» у змісті навчання фахівця-політолога?

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до обговорювання питань теми.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми Практичні завдання

Завдання 1. Складіть таблицю у якій визначте та охарактеризуйте підходи до визначення іміджу. Проаналізуйте їх. Результати доповіді на практичному занятті.

Завдання 2. Складіть таблицю у якій визначте та охарактеризуйте принципи створення іміджу, запропоновані Г. Почепцовим.

Тема 1. Історія та основні етапи розвитку категорії іміджу.

Практичне заняття № 2. Семінар «Імідж як феномен сучасного світу» (2 год.).

План:

1. Розгляд та обговорення Практичного завдання «Як відомо в політичній історії є багато великих особистостей, які мали визначений імідж, наприклад, Клеопатра, Володимир Великий, Ярослав Мудрий, Ричард Левине Серце, король Артур та його меч Ескалібур тощо».

2. Завдання – проаналізувати імідж історичної особи, великого володаря/володарки з урахуванням наступних критеріїв:

Питання до обговорення:

1. Для створення практичного завдання потрібно обговорити наступні питання:

2. Сфера діяльності; країна; епоха;

3. Засади політичної, історичної, культурної значущості особи та її діяльності;

4. Ключові факти політичної біографії з інтерпретацією;

5. Шляхи збереження і донесення інформації про видатну особу (літературні джерела)

6. Стереотипність, однозначність (неоднозначність) оцінки особи та її діяльності;

7. Динаміка сприйняття особи сучасниками, нащадками на новітньому етапові;

8. Динаміка сприйняття особи поза межами країни.

9. Зображення особи в елітарному та масовому мистецтві.

10. Чи має особа акаунт в Instagram?

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання. 1.Критерії створення іміджу видатної історичної особи.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми

Практичні завдання

Завдання 1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, виконайте практичне завдання та охарактеризуйте критерії

створення іміджу видатної історичної особи. Визначте їх співвідношення. Результати доповіді на практичному занятті.

Тема 1. Історія та основні етапи розвитку категорії іміджу.

Практичне заняття № 3. «Типологія іміджу.

Поліфункціональність іміджу. Архетипи як базова основа іміджу» (2 год.).

Питання до обговорення:

1. Типологія іміджу: дзеркальний, потоковий, бажаний, особовий, корпоративний, множинний, позитивний, негативний.
2. Підходи до іміджу за Г. Почепцовим.
3. Поліфункціональність іміджу: комунікативна функція, знаково-практична функція; функція символізації; сугестивна функція; функція форматизації; функція міфологізації.

Питання до роздумів:

1. У чому полягають критерії визначення типології іміджів?
2. У чому полягає сутність визначення підходів до іміджу Г. Почепцова?
3. Наведіть приклади використання зазначених функцій іміджу в діяльності особистості.
4. У чому полягає сутність функції символізації?
5. У чому полягає сутність функції міфологізації?
6. У чому полягає сугестивна іміджу політика?

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до обговорювання питань теми.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми Практичні завдання

Завдання 1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, складіть таблицю у якій визначте та охарактеризуйте співвідношення функцій іміджу. Результати доповіді на практичному занятті.

Тема 1. Історія та основні етапи розвитку категорії іміджу.

Практичне заняття № 4. Семінар « Типологія іміджу.

Поліфункціональність іміджу. Архетипи як базова основа іміджу» (2 год.).

План:

1. Імідж як міфологічний архетип. Теорія архетипів К. Г. Юнга.
2. Міфологізація іміджу. Міфодизайн архетипів в іміджмейкерських кампаніях.

3. Імідж як міфологічний архетип. Чоловічі архетипи в контексті іміджології.

4. Імідж як міфологічний архетип. Жіночі архетипи в контексті іміджології.

Питання до обговорення:

1. У чому сутність теорії архетипів К. Г. Юнга?
2. Охарактеризуйте різні типології чоловічих архетипів за різними ознаками.
3. Охарактеризуйте різні типології жіночих архетипів за різними ознаками.
4. У чому сутність міфологізації іміджу політиків?
5. У чому полягає сутність міфодизайну архетипів?

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до обговорювання питань теми.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми

Практичні завдання

Завдання 1. Міфологія пропонує нам сотні архетипів, що закріплені в нашому несвідомому та свідомості. Архетипи як міфологічні образи колективного несвідомого є підґрунтям будь-якої культури. Завдяки підсвідомим механізмам впливу архетипи застосовуються в іміджмейкерстві. В іміджах відомих людей відтворюються архетипи. Проаналізуйте, імідж відомої особи та визначте архетипи, які застосовані в дизайні іміджу. Результати доповіді на практичному занятті.

Тема 2. Іміджмейкерство та технології формування іміджу

Практичне заняття № 5. Дискусія «Іміджмейкінг та його особливості» (2 год.).

План:

1. Специфічні технології іміджування зі створення ефективного іміджу.
2. 5 основних цілей іміджмейкінгу. Засоби іміджування.
3. Об'єкти формування іміджу.
4. Психологічні аспекти створення образу в іміджмейкерстві. Особливості сприйняття в створенні іміджу.
5. Фактори формування враження: самоідентифікація, бажаний і небажаний імідж, рольові обмеження, кінцеві цінності та соціальний образ.

6. Стереотипи у створенні іміджу.

Питання до обговорення:

1. Охарактеризуйте специфічні технології створення ефективного іміджу.
2. Що таке «стереотип» в політичній науці?
3. Охарактеризуйте фактори формування враження з урахуванням психології сприйняття.
4. Особливості формування стереотипів та негативно-позитивні наслідки сприйняття ситуації, особистості з погляду стереотипу.
5. Яке сучасне розуміння політичного стереотипів?
6. Особливості класичного (традиційного) інституціоналізму.
7. Які основні цілі іміджування?

Методика проведення дискусії:

Робота в групі.

- проводяться у формі обговорення визначених питань;
- всі відкрито висловлюють свої думки з описом, поясненнями та демонстрацією проблемної ситуації;
- обговорюване питання допускає різні думки і тлумачення, а також взаємні заперечення учасників;
- учасники мають рівні права і висловлюються в певному порядку;
- в результаті обговорення мають бути виявлені точки зору всіх учасників

на

дане питання;

- конструювання перспективи вирішення проблемної ситуації, здійснення процесу зважування ідей та пропозицій з метою прийняття логічного рішення;
- підсумковий висновок оголошується в кінці обговорення (дискусії), в нього вносяться доповнення, зміни, поправки.

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до теми дискусії.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми Практичні завдання

Завдання 1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, складіть таблицю у якій визначте та охарактеризуйте 5 основних цілей іміджування. Результати доповіді на практичному занятті.

Завдання 2. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, складіть таблицю у якій визначте та охарактеризуйте різновиди політичних, етнічних, особистісних стереотипів.

Тема 2. Іміджмейкерство та технології формування іміджу
Практичне заняття № 6. Дискусія « Іміджмейкінг та його особливості»
(2 год.).

Питання до обговорення:

1. Опрацювання іміджу відомої людини – артиста, блогера, спортсмена, актора – за схемою:
2. Рівень успішності (фінансова успішність, професійна затребуваність, місце в професійній ієрархії)
3. Рівень довіри з боку соціуму
4. Рівень публічності й відкритості
5. Харизматичність, чіткість і виразність образу
6. Сталість/ змінюваність іміджевих характеристик (наприклад, хронологія або у паралельних творчих проєктах)
7. Участь у суспільно важливих проєктах (волонтерство)
8. Відповідність створення іміджу архетипам або стереотипам

Методика проведення заняття

1. Робота в малих групах.
Вирішення міні-кейсів, ситуаційних та практичних завдань. На практичному занятті.
2. Робота в групі. Обмін ідеями:
 - обговорюються можливі варіанти рішення проблеми:
 - здійснюється вибір найкращого рішення.

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до обговорювання питань теми.
2. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до теми дискусії.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми Практичні завдання

Завдання 1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, складіть таблицю у якій визначте та охарактеризуйте основні аксіологічні критерії оцінки іміджу політичного лідера, видатного діяча. Результати доповісти на практичному занятті.

Завдання 2. Проілюструйте використання технологій створення іміджу видатної особистості в сфері науки.

**Тема 2. «Іміджмейкерство та технології формування іміджу» (тема 2)
Практичне заняття № 7. Дискусія «Формування
корпоративного іміджу» (2 год.).**

План:

1. Корпоративна культура. Три рівні корпоративної культури.
2. Формування системи цінностей компанії.
3. Внутрішні та зовнішні фактори формування корпоративної культури.
4. Кодекс корпоративної культури Університету Ушинського.
5. Методи формування, реалізації, корегування іміджу організації.

Питання до обговорення:

1. Які передумови виникнення корпоративної культури?
2. Визначте та охарактеризуйте системи цінностей компанії (на вибір).
3. Які вихідні положення формування корпоративної культури?
4. Які принципи та особливості застосування Кодексу корпоративної культури студентством Університету Ушинського?
5. У чому полягає сутність кризи корпоративної культури та корегування іміджу організації?

Методика проведення дискусії:

Робота в групі.

- проводяться у формі обговорення визначених питань;
- всі відкрито висловлюють свої думки з описом, поясненнями та демонстрацією проблемної ситуації;
- обговорюване питання допускає різні думки і тлумачення, а також взаємні заперечення учасників;
- учасники мають рівні права і висловлюються в певному порядку;
- в результаті обговорення мають бути виявлені точки зору всіх учасників на дане питання;
- конструювання перспективи вирішення проблемної ситуації, здійснення процесу зважування ідей та пропозицій з метою прийняття логічного рішення;
- підсумковий висновок оголошується в кінці обговорення (дискусії), в нього вносяться доповнення, зміни, поправки.

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до обговорювання питань теми.
2. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до теми дискусії.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми

Практичні завдання

Завдання 1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, складіть таблицю у якій визначте та охарактеризуйте основні принципи та правила написання корпоративної культури. Результати доповіді на практичному занятті.

Завдання 2. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, складіть розгорнутий план Кодексу корпоративної культури студентства, які представляють політологічну спільноту. Результати доповіді на практичному занятті.

Тема 2. «Іміджмейкерство та технології формування іміджу» (тема 2)

Практичне заняття № 8. Дискусія «Корпоративний імідж» (2 год.).

План

1. Типи та рівні колективних іміджів (бізнес-компанія, спортивна команда тощо)
2. Антикризовий піар. Алгоритм дій виходу з кризи за допомогою : алгоритму реагування та антикризової комунікації

Питання до обговорення:

1. Опрацювання алгоритмів застосування антикризового піару в іміджології:
 - використання алгоритму реагування;
 - використання алгоритму антикризової комунікації;

Методика проведення заняття

1. **Методика проведення дискусії:**
2. Робота в групі. – проводяться у формі обговорення визначених питань; – всі відкрито висловлюють свої думки з описом, поясненнями та демонстрацією проблемної ситуації;
3. – обговорюване питання допускає різні думки і тлумачення, а також взаємні заперечення учасників;
4. – учасники мають рівні права і висловлюються в певному порядку;
5. – в результаті обговорення мають бути виявлені точки зору всіх учасників на дане питання;

6. – конструювання перспективи вирішення проблемної ситуації, здійснення процесу зважування ідей та пропозицій з метою прийняття логічного рішення;

7. – підсумковий висновок оголошується в кінці обговорення (дискусії), в нього вносяться доповнення, зміни, поправки.

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до обговорювання питань теми.

2. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до теми дискусії.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми Практичні завдання

Завдання 1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, зробіть карту блогерів для створення потокового іміджу обраної компанії та прописати для яких проєктів\продуктів їх можна використати. До 10 блогерів з Instagram, Facebook.

Завдання 2.

Стрім	PR-проєкт	Активність	Відповідальний	Термін

Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, складіть таблицю у якій визначте та охарактеризуйте основні види роботи зі створення потокового іміджу компанії. Результати доповісти на практичному занятті.

Тема 3. Технології управління особистісним іміджем.

Практичне заняття № 9. Кейс-стаді «Технології управління особистісним іміджем» (2 год.).

План:

1. Анатомія особистісного іміджу
2. Структура особистісного іміджу: зовнішній вигляд, іміджева символіка, соціально-рольові характеристики, індивідуальні властивості
3. Груповий імідж: символіка, видатні люди, творчі особистості
4. Глибинні характеристики іміджу. Харизматична особа
5. Вирішення практичних завдань та міні-кейсів.

Питання до обговорення:

1. Охарактеризуйте структуру особистісного іміджу.

2. Яка суть та особливості застосування групового іміджу?
3. Охарактеризуйте якісні характеристики харизматичної особи.
4. Охарактеризуйте основні види іміджевої символіки?
5. Який механізм впливу соціально-рольових характеристик на формування особистісного іміджу?

Методика проведення заняття

1. Робота в малих групах.
Вирішення міні-кейсів, ситуаційних та практичних завдань. На практичному занятті.
2. Робота в групі. Обмін ідеями:
 - обговорюються можливі варіанти рішення проблеми:
 - здійснюється вибір найкращого рішення.

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до обговорювання питань теми.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми Практичні завдання

Завдання 1. Визначте та охарактеризуйте особливості застосування особистісного іміджу для успішного життєвого шляху. Результати доповіді на практичному занятті.

Тема 3. Технології управління особистісним іміджем. Практичне заняття № 10. Кейс-стаді «Технології управління особистісним іміджем» (2 год.).

План:

1. Визначте природні складові власного іміджу
2. Визначте соціально-психологічні складові власного іміджу
3. Вирішення практичних завдань та міні-кейсів.

Питання до обговорення:

1. У чому полягає психологічні складові власного іміджу?
2. Яка структура власного іміджу?

Методика проведення заняття

Робота в малих групах.

Вирішення міні-кейсів, ситуаційних та практичних завдань. На практичному занятті.

Робота в групі. Обмін ідеями:

- обговорюються можливі варіанти рішення проблеми:
- здійснюється вибір найкращого рішення.

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до обговорювання питань теми.
2. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до теми дискусії.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми Практичні завдання

Завдання 1. Охарактеризуйте власний образ у відповідності до структури особистісного іміджу. Результати доповіді на практичному занятті.

Тема 4. Побудова ефективного іміджу.

Практичне заняття № 11. Майстер-клас «Побудова ефективного іміджу» (2 год.).

План:

1. Стратегії управління особистісним іміджем
2. Техніки створення ефективного імідж-образу
3. Технологія створення яскравого образу
4. Створення індивідуального образу

Питання до обговорення:

1. Охарактеризуйте складові особистісного іміджу.
2. Охарактеризуйте техніки створення ефективного іміджу політика.
3. Охарактеризуйте техніки створення ефективного іміджу публічного діяча.
4. Охарактеризуйте техніки створення ефективного діяча громадського діяча.
5. Визначте необхідні кроки створення індивідуального образу видатної людини.
6. Визначте необхідні кроки створення індивідуального образу пересічної людини.

Методика проведення семінару – майстер-клас

Група ділиться на 2 команди і рандомно обирає техніку створення ефективного іміджу, наприклад, тип політичних еліт.

1. Кожній команді необхідно розподілити між собою обов'язки і презентувати наступне –

- охарактеризувати ту чи іншу техніку
- навести переваги та недоліки
- навести приклади застосування техніки створення ефективного іміджу

2. Головне завдання – довести пріоритетність і виграшність використання саме обраної командою техніки.

3. Протягом гри можна задавати питання команді-суперниці, намагатися спростувати переваги, використовувати медійний контент і оригінальні матеріали та інше.

Гра вийде вдалою, якщо обидві команди знайдуть компроміс чи дійдуть спільного висновку.

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до обговорювання питань теми.

2. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до теми майстер-класу.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми Практичні завдання

Завдання 1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету визначте та охарактеризуйте особливості застосування психотехнологій створення ефективного іміджу. Результати доповісти на практичному занятті.

Тема 4. Побудова ефективного іміджу.

Практичне заняття № 12. Майстер-клас «Побудова ефективного іміджу» (2 год.).

Питання до обговорення:

1. Для побудови ефективного іміджу потрібно виявити особистісні пріоритети, іміджові цілі та визначити їх вплив на ваш імідж.

2. Опрацювання алгоритмів застосування особистісні пріоритети, іміджові цілі та визначити їх вплив на ваш імідж.

Методика проведення семінару – майстер-клас

Група ділиться на 2 команди і рандомно обирає техніку створення ефективного іміджу, наприклад, тип політичних еліт.

4. Кожній команді необхідно розподілити між собою обов'язки і презентувати наступне –

- охарактеризувати ту чи іншу техніку
- навести переваги та недоліки
- навести приклади застосування техніки створення ефективного іміджу

5. Головне завдання – довести пріоритетність і виграшність використання саме обраної командою техніки.

6. Протягом гри можна задавати питання команді-суперниці, намагатися спростувати переваги, використовувати медійний контент і оригінальні матеріали та інше.

Гра вийде вдалою, якщо обидві команди знайдуть компроміс чи дійдуть спільного висновку.

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до обговорювання питань теми.

2. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до теми майстер-класу.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми Практичні завдання

Завдання 1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, визначить пріоритети, для цього треба відповісти на запитання:

- З чим би я ніколи не зміг змиритися? (залежність, зрада, самотність...)
- Що для мене найважливіше у житті? (свобода, безпека, любов, комфорт, влада...)

- Що для означає успіх? (авторитет, великі статки, популярність...)

Результати доповісти на практичному занятті.

Завдання 2. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, сформулюйте іміджеві цілі, для цього треба відповісти на такі питання:

- Сфера дії мого іміджу (публічна, професійна, особиста)
- Аудиторія, на яку буде орієнтований мій імідж (масова, група, працедавці, друзі...)

- Якій імідж хотілось би мати?

- У яких пунктах мій імідж розходиться з бажаним?

- Що потрібно змінити у моєму іміджі?

Результати доповісти на практичному занятті.

Тема 4. Побудова ефективного іміджу.
Практичне заняття № 13. Майстер-клас «Побудова ефективного іміджу» (2 год.).

План:

1. Особистий бренд.
2. Технологія створення особистого бренду: платформа, оформлення, просування.
3. Покроковий план побудови бренду роботодавця.
4. Бренд-амбасадор. Бренд-амбасадор освіти.
5. Робота з цільовою аудиторією. Робота з блогом особистим, керівника.

Питання до обговорення:

1. Охарактеризуйте сутність, призначення особистісного бренду.
2. Охарактеризуйте технологію створення особистісного бренду.
3. Визначте та охарактеризуйте особливості та специфіку платформи, оформлення, просування бренду.
4. Які основні етапи підготовки покрокового плану побудови бренду роботодавця ?
5. Визначте та охарактеризуйте поняття бренд-амбасадору?
6. Охарактеризуйте техніки роботи з цільовою аудиторією.
7. Які основні етапи роботи з блогом керівника? Охарактеризуйте їх.

Методика проведення семінару – майстер-клас

Група ділиться на 2 команди і рандомно обирає техніку створення ефективного іміджу, наприклад, тип політичних еліт.

7. Кожній команді необхідно розподілити між собою обов'язки і презентувати наступне –

- охарактеризувати ту чи іншу техніку
- навести переваги та недоліки
- навести приклади застосування техніки створення ефективного іміджу

8. Головне завдання – довести пріоритетність і вигоду використання саме обраної командою техніки.

9. Протягом гри можна задавати питання команді-суперниці, намагатися спростувати переваги, використовувати медійний контент і оригінальні матеріали та інше.

Гра вийде вдалою, якщо обидві команди знайдуть компроміс чи дійдуть спільного висновку.

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до обговорювання питань теми.
2. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до теми майстер-класу.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми Практичні завдання

Завдання 1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, визначте та охарактеризуйте можливості використання бренд-амбасадору освіти для створення бренду навчального закладу. Результати доповісти на практичному занятті.

Тема 4. Побудова ефективного іміджу.

Практичне заняття № 14. Майстер-клас «Побудова ефективного іміджу» (2 год.).

Питання до обговорення:

1. Прописати місію, цінності для особистого бренду або бренду керівника.
2. Для визначення місії, потрібно визначити: Місія персональна – хто я для людей? Що я вмію? Що я хочу? Що я буду робити?
3. Для визначення місії потрібно визначити: Місія для компанії – це дзеркало ким ми є зараз. Хто ми є? Що ми робимо? Як ми робимо?
4. Для визначення цінностей потрібно визначити: Цінності – єдині стандарти поведінки в компанії та їх відображення у системі управління персоналом.

Методика проведення заняття

Група ділиться на 2 команди і рандомно обирає техніку створення ефективного іміджу, наприклад, тип політичних еліт.

10. Кожній команді необхідно розподілити між собою обов'язки і презентувати наступне –

- охарактеризувати ту чи іншу техніку
- навести переваги та недоліки
- навести приклади застосування техніки створення ефективного іміджу

11. Головне завдання – довести пріоритетність і виграшність використання саме обраної командою техніки.

12. Протягом гри можна задавати питання команді-суперниці, намагатися спростувати переваги, використовувати медійний контент і оригінальні матеріали та інше.

Гра вийде вдалою, якщо обидві команди знайдуть компроміс чи дійдуть спільного висновку.

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до обговорювання питань теми.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми Практичні завдання

Завдання 1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, Прописати варіанти роботи з особистим блогом або блогом керівника у вибраних вами мережах. Треба врахувати: бренд новий чи відомий; блог новий чи постійно оновлюється. Результати доповісти на практичному занятті.

Тема 5. Технології створення іміджу політика

Практичне заняття № 15. *Круглий стіл* «Роль політичного іміджу у формуванні політичного лідера» (2 год.).

План:

1. Політичний імідж.
2. Технологія і техніка створення політичного іміджу лідера.
3. Типології іміджу політичного лідера.
4. Способи формування політичного іміджу.
5. Психотехнології створення ефективного політичного іміджу.

Питання до обговорення:

1. Охарактеризуйте складові політичного іміджу.
2. Які існують типології політичного іміджу? Охарактеризуйте їх.
3. Які існують способи формування політичного іміджу?
4. Як здійснюється розробка сценарної технології побудови іміджу політика?
5. Які приклади застосування технології за контрастом?
6. Надайте загальну характеристику психотехнологіям, які застосовуються у створенні передвиборчого іміджу політика.

Методика проведення круглого столу:

Робота в малих групах.

Кожна група обирає питання та готує доповідь-презентацію.

Результати презентуються на практичному занятті, колективно обговорюються, робляться висновки.

Робота в групі.

Методика проведення обговорювання:

- проводяться у формі обговорення визначених проблем;

- кожна група обирає представників які виступають з доповідями, що підсумовують та презентують результати роботи групи (доповіді мають бути короткими, не більше 8-10 хвилин), потім проводиться їх обговорення.
- обговорення в рамках Круглого столу повинне носити конструктивний характер, не повинно зводитися, з одного боку, лише до звітів про виконану роботу, а з іншою, - лише до критичних виступів
- обговорюване питання допускає різні думки і тлумачення, а також взаємні заперечення учасників;
- в результаті обговорення мають бути виявлені точки зору всіх учасників на дане питання;
- учасники мають рівні права і висловлюються в певному порядку.
- проєкт підсумкового документа оголошується в кінці обговорення (дискусії), в нього вносяться доповнення, зміни, поправки.

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету:

- підготуватися до обговорювання питань теми;
- ознайомиться з прикладами проведення виборчих кампаній відомих політиків та публічних діячів.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми Практичні завдання

Завдання 1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, опишіть необхідні складові політичного іміджу. Результати доповіді на практичному занятті.

Завдання 2. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, визначте та охарактеризуйте психотехнології створення поствиборного іміджу політика. Результати доповіді на практичному занятті.

Завдання 3. Наведіть конкретні приклади типів політичних іміджів. Зверніть особливу увагу на впливи політичної культури на сприйняття різних типів політичних іміджів в різних країнах. Запишіть 3–5 прикладів. Результати доповіді на практичному занятті.

Тема 5. Технології створення іміджу політика

Практичне заняття № 16. *Круглий стіл* «Роль політичного іміджу у формуванні політичного лідера» (2 год.).

Питання до обговорення:

1. Які основні завдання підготовчого етапу формування іміджу політика?
2. Які фахівці беруть участь у створенні іміджу політика?
3. Які основні вимоги до ефективного іміджу політика?

4. Як організувати прес-конференцію політика з метою просування його нового іміджу перед виборами?
5. Обґрунтуйте актуальність, цінності та новизну затребуваного образу політика?
6. Охарактеризуйте критерії визначення ідеального образу політика?
7. Охарактеризуйте діяльність політтехнолога у створенні ефективного образу політика.
8. Охарактеризуйте види габітарних іміджів політиків.

Методика проведення заняття

Методика проведення круглого столу:

Робота в малих групах.

Кожна група обирає питання та готує доповідь-презентацію.

Результати презентуються на практичному занятті, колективно обговорюються, робляться висновки.

Робота в групі.

Методика проведення обговорювання:

- проводяться у формі обговорення визначених проблем;
- кожна група обирає представників які виступають з доповідями, що підсумовують та презентують результати роботи групи (доповіді мають бути короткими, не більше 8-10 хвилин), потім проводиться їх обговорення.
- обговорення в рамках Круглого столу повинне носити конструктивний характер, не повинно зводитися, з одного боку, лише до звітів про виконану роботу, а з іншою, - лише до критичних виступів
- обговорюване питання допускає різні думки і тлумачення, а також взаємні заперечення учасників;
- в результаті обговорення мають бути виявлені точки зору всіх учасників на дане питання;
- учасники мають рівні права і висловлюються в певному порядку.
- проект підсумкового документа оголошується в кінці обговорення (дискусії), в нього вносяться доповнення, зміни, поправки.

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до обговорювання питань теми.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми Практичні завдання

Завдання 1. Опис необхідних послідовних кроків: Ви – іміджмейкер. Ваше завдання - створити імідж лідеру перед виборами і після виборів. Ваші дії:

- Місце народження політика;
- Вік;

- Стать;
- Освіта;
- Досвід роботи;
- Підтримка цільової аудиторії (політична сила; електорат; комунікація з електоратом)
 - Канали передачі інформації про імідж політика
 - «Легенда» лідера про своє життя.
 - Створюєте імідж : актуальний, тобто для цільової групи ; наступальний, тобто для тих, чиї погляди хочете змінити.
 - Важливо! Робота з лідером різниться у відповідності до того, які вибори: місцеві чи загальнонаціональні.
 - Реальна чи вигадана особа, чи Ви самі – залежить від вашого вибору.

Тема 5. Технології створення іміджу політика
Практичне заняття № 17. *Круглий стіл* «Формування іміджу партійного лідера» (2 год.).

План:

1. Партійний лідер – лідер партії та партійний стратег.
2. Загальне керівництво політичною партією.
3. Імідж партійного лідера.
4. Ефект лідера у формуванні іміджу партії.

Питання до обговорення:

1. Охарактеризуйте поняття та статус партійного лідера.
2. Актуалізуючи знання з «Політичної теорії», дайте визначення партії, партійного лідера, громадського діяча, лідера думок.
3. У чому полягає сутність загального керівництва політичною партією.
4. У чому полягає ефект впливу партійного лідера на імідж партії?

Методика проведення круглого столу:

Робота в малих групах.

Кожна група обирає питання та готує доповідь-презентацію.

Результати презентуються на практичному занятті, колективно обговорюються, робляться висновки.

Робота в групі.

Методика проведення обговорювання:

- проводяться у формі обговорення визначених проблем;
- кожна група обирає представників які виступають з доповідями, що підсумовують та презентують результати роботи групи (доповіді мають бути короткими, не більше 8-10 хвилин), потім проводиться їх обговорення.

- обговорення в рамках Круглого столу повинне носити конструктивний характер, не повинно зводитися, з одного боку, лише до звітів про виконану роботу, а з іншою, - лише до критичних виступів
- обговорюване питання допускає різні думки і тлумачення, а також взаємні заперечення учасників;
- в результаті обговорення мають бути виявлені точки зору всіх учасників на дане питання;
- учасники мають рівні права і висловлюються в певному порядку.
- проєкт підсумкового документа оголошується в кінці обговорення (дискусії), в нього вносяться доповнення, зміни, поправки.

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до обговорювання питань теми.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми Практичні завдання

Завдання 1. Імідж політика повинен бути сформований так, щоб дати змогу демонструвати виборцям максимальну наближеність до них у всьому, водночас вказувати на відмінності, завдяки яким обраним має бути саме він. Це значною мірою залежить від правильно складеної іміджевої легенди лідера. Отже, героя без легенди не буває. Створіть легенду партійному лідеру (реальному чи уявному) таким чином, щоб вона стала необхідною інформаційною основою для іміджмейкінгу. Максимально приділіть увагу біографії лідера. З нею маєте особливо уважно працювати.

Результати доповіді на практичному занятті.

Тема 5. Технології створення іміджу політика

Практичне заняття № 18. Круглий стіл «Формування іміджу партійного лідера» (2 г.)

План

1. Маркетинг партійного лідера (створення середовищного іміджу, габітарного іміджу; кінетичного іміджу)
2. Оптимізація та коригування іміджу партійного лідера.
3. Поведінка політика в умовах компроментуючого впливу.

Питання до обговорення:

1. Яка технологія роботи з цільовою аудиторією партійного лідера (поміркованого, радикального, традиційного, новатора)?
2. Охарактеризуйте етапи маркетингу партійного лідера.

3. Які особливості габітарного іміджу політиків демократичного чи авторитарного типу?

4. Які фахівці будуть залучені у випадку компрометуючого впливу на партійного лідера?

5. Які фахівці будуть залучені для виправлення компрометуючого впливу на партійного лідера?

Методика проведення заняття

1. Робота в малих групах.

Кожна група обирає питання та готує доповідь-презентацію.

Результати презентуються на практичному занятті, колективно обговорюються, робляться висновки.

Робота в групі.

Методика проведення обговорювання:

- проводяться у формі обговорення визначених проблем;
- кожна група обирає представників які виступають з доповідями, що підсумовують та презентують результати роботи групи (доповіді мають бути короткими, не більше 8-10 хвилин), потім проводиться їх обговорення.

- обговорення в рамках Круглого столу повинне носити конструктивний характер, не повинно зводитися, з одного боку, лише до звітів про виконану роботу, а з іншою, - лише до критичних виступів

- обговорюване питання допускає різні думки і тлумачення, а також взаємні заперечення учасників;

- в результаті обговорення мають бути виявлені точки зору всіх учасників на дане питання;

- учасники мають рівні права і висловлюються в певному порядку.

- проєкт підсумкового документа оголошується в кінці обговорення (дискусії), в нього вносяться доповнення, зміни, поправки.

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до обговорювання питань теми.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми Практичні завдання

Завдання 1. Сформуйте телеімідж партійному лідеру. Для цього треба створити діапазон можливих сценаріїв: участь лідера в якості головного героя в громадсько-політичній передачі (ток-шоу); виступ лідера як коментатора політичної події; сюжети, який розповідає про біографію лідера; сімейна передача за участю родини політика. Аргументуйте, який сюжет треба застосовувати під час виборчої кампанії, а який показувати постійно з метою захоплення уваги громадян.

Тема 5. Технології створення іміджу політика
Практичне заняття № 19. Круглий стіл «Формування іміджу партії» (2 г.)

План

1. Формування індивідуального стратегічного іміджу партії.
2. Основні вимоги до формування іміджу партії: затребованість, реалістичність, яскравість та простота.
3. Структура іміджу партії: концептуальна складова; інтерактивна складова; лідерська складова.

Питання до обговорення:

1. Як формується стратегічний імідж партії?
2. Що таке затребованість, реалістичність, яскравість та простота як вимоги до партійного іміджу? Опишіть кожну вимогу. науковий стиль мовлення?
3. Що таке концептуальна складова іміджу партії зелених?
4. Що таке інтерактивна складова іміджу партії? Як вона проявляється на партійних з'їздах?
5. Яку роль відіграє діловий імідж партійного лідера на виборах партії до національних парламентах?
6. Яку роль відіграє особистісний імідж партійного лідера на електоральний вибір?

Методика проведення заняття

2. Робота в малих групах.
Кожна група обирає питання та готує доповідь-презентацію.
Результати презентуються на практичному занятті, колективно обговорюються, робляться висновки.
Робота в групі.

Методика проведення обговорювання:

- проводяться у формі обговорення визначених проблем;
- кожна група обирає представників які виступають з доповідями, що підсумовують та презентують результати роботи групи (доповіді мають бути короткими, не більше 8-10 хвилин), потім проводиться їх обговорення.
- обговорення в рамках Круглого столу повинне носити конструктивний характер, не повинно зводитися, з одного боку, лише до звітів про виконану роботу, а з іншою, - лише до критичних виступів
- обговорюване питання допускає різні думки і тлумачення, а також взаємні заперечення учасників;
- в результаті обговорення мають бути виявлені точки зору всіх учасників на дане питання;
- учасники мають рівні права і висловлюються в певному порядку.

- проект підсумкового документа оголошується в кінці обговорення (дискусії), в нього вносяться доповнення, зміни, поправки.

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, підготуватися до обговорювання питань теми.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми.

Практичні завдання. Охарактеризуйте на прикладі конкретної кампанії процес формування партійного стилю політичної партії, яку ви підтримуєте на виборах.

Тема 5. Технології створення іміджу політика

Практичне заняття № 20. Круглий стіл «Формування іміджу партії» (2 г.)

План:

1. Практики формування партійного іміджу для правлячої партії: створення емблеми (лого) партії; політичне гасло (девіз, слоган); партійні гімни.

2. Практики формування партійного іміджу для опозиційної партії: створення емблеми (лого) партії; політичне гасло (девіз, слоган); партійні гімни.

Питання до обговорення:

1. Які емблеми (лого) політичних партій ви вважаєте найбільш вдалими? Прокоментуйте своє думку.

2. Які політичні гасла ви знаєте? Наведіть приклади політичних гасел, які є найбільш вдалими або невдалими, за вашою думкою.

3. Які партійні гімни ви знаєте? Яку роль вони відіграють для інтеграції та мобілізації виборців?

Методика проведення заняття

3. Робота в малих групах.

Кожна група обирає питання та готує доповідь-презентацію.

Результати презентуються на практичному занятті, колективно обговорюються, робляться висновки.

Робота в групі.

Методика проведення обговорювання:

- проводяться у формі обговорення визначених проблем;
- кожна група обирає представників які виступають з доповідями, що підсумовують та презентують результати роботи групи (доповіді мають бути короткими, не більше 8-10 хвилин), потім проводиться їх обговорення.

- обговорення в рамках Круглого столу повинне носити конструктивний характер, не повинно зводитися, з одного боку, лише до звітів про виконану роботу, а з іншою, - лише до критичних виступів
- обговорюване питання допускає різні думки і тлумачення, а також взаємні заперечення учасників;
- в результаті обговорення мають бути виявлені точки зору всіх учасників на дане питання;
- учасники мають рівні права і висловлюються в певному порядку.
- проєкт підсумкового документа оголошується в кінці обговорення (дискусії), в нього вносяться доповнення, зміни, поправки.

Завдання для самостійної роботи

I. Питання для самостійного опрацювання.

1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету:
2. підготуватися до обговорювання питань теми;
3. ознайомитись з партійними гаслами, слоганами, девізами, гімнами політичних партій інших країн та проаналізуйте впливи політичних ідеологій на них.

II. Творчо-аналітичні завдання до теми.

Практичні завдання

Завдання 1. Вивчивши рекомендовану літературу та скориставшись ресурсами Інтернету, охарактеризуйте на прикладі конкретної кампанії процес формування єдиного партійного стилю (пункт 4). Результати доповіді на практичному занятті.

РОЗДІЛ 3.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ

ІНДИВІДУАЛЬНИХ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКИХ ЗАВДАНЬ

Навчальним планом передбачено виконання кожним студентом індивідуального науково-дослідного завдання.

Творча (евристична), наближена до наукового осмислення і узагальнення робота можлива лише як результат організації самостійного навчання з обов'язковою присутністю в ній цілепокладання та його досягнення за допомогою ефективних технологічних схем самоосвіти. Крім того, така робота повинна бути індивідуалізованою з врахуванням рівня творчих можливостей студента, його навчальних здобутків, інтересів, навчальної активності тощо.

Практична реалізація такого принципу навчання пов'язана із використанням в навчальному процесі індивідуальних науково-дослідних завдань.

Індивідуальне наукове-дослідне завдання є видом позааудиторної самостійної роботи студента навчального, навчально-дослідницького характеру, яке використовується в процесі вивчення програмного матеріалу навчальної дисципліни і є необхідною умовою формування підсумкової оцінки з дисципліни.

Одним із найважливіших завдань вузівської підготовки є широке залучення студентів до наукових досліджень. Знання і уміння, необхідні для вироблення навиків науково-дослідної роботи майбутні спеціалісти отримують впродовж всього періоду навчання.

Виконання індивідуального науково-дослідного завдання сприяє поглибленню і закріпленню теоретичних знань, отриманих студентами при прослуховуванні лекційного курсу та самостійному вивченню дисципліни, виробленню навичок аналізу соціально-політичних явищ та процесів.

Метою ІНДЗ є самостійне вивчення частини програмного матеріалу, систематизація, поглиблення, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань студента з навчальної дисципліни «Іміджологія» та розвиток навичок самостійної роботи.

Для науково-дослідної роботи характерна певна послідовність протягом всього процесу дослідження, що дозволяє планувати та поетапно контролювати її результати. Зміст і послідовність виконання науково-дослідного завдання носять індивідуальний характер і контролюються викладачем, але в цілому рекомендується розподілити і проводити роботу у певній послідовності.

Зміст ІНДЗ. ІНДЗ – це завершена теоретична або практична робота в межах навчальної програми дисципліни, яка виконується на основі знань, умінь і навичок, отриманих у процесі лекційних, семінарських занять, охоплює одну тему (декілька тем) або зміст навчального курсу в цілому.

Індивідуальні завдання виконують студенти самостійно під керівництвом викладача. Як правило, індивідуальні завдання виконуються окремо кожним студентом. Завдання можуть мати комплексний характер і тоді до їх виконання можуть залучатися кілька студентів.

Завдання для ІНДЗ повинні мати пошуковий, дослідницький характер, що стимулює студентів до наукової й творчої праці.

Навчальним планом дисципліни «Іміджологія» передбачено ІНДЗ у формі *есе*.

Структура індивідуального навчально-дослідного завдання наступна: Вступ.

Теоретична частина. Аналітична частина.

Дослідна (проектна) частина. Висновки.

Перелік використаної літератури, статичної звітності. Додатки.

ІНДЗ оцінюється за такими критеріями:

- самостійність виконання;
- логічність і послідовність викладення матеріалу;
- повнота розкриття теми (проблемної ситуації або практичного завдання);
- обґрунтованість висновків;
- використання статистичної інформації та довідкової літератури;
- можлива наявність конкретних пропозицій;
- якість оформлення.

Оцінювання індивідуальних завдань проводять за 10 бальною шкалою

Результати виконання ІНДЗ можуть бути викладені на практичному занятті з відповідної теми, або представлені викладачу для перевірки.

ПРИБЛИЗНА ТЕМАТИКА ЕСЕ

(за вибором)

№ з/п	Тематика (за вибором)	Кількість годин	
		Денна	Заочна
1.	Історія та основні етапи розвитку категорії іміджу		
2	Імідж як базова категорія PR		
3.	Імідж – маска чи самореалізація		
4	Імідж і репутація		
5	Типи іміджу		
6	Типи іміджевих кампаній		
7	Особливості іміджевої продукції в різних ЗМІ		
8	Роль соціальних мереж в формуванні іміджу		

9	Імідж і бренд		
10	Технології створення іміджу публічних осіб		
11	Габітарний імідж		
12	Особистий імідж студента Університету Ушинського		
13	Корпоративна культура Університету Ушинського		
14	Корпоративний імідж		
15	Імідж України в світі		
16	Імідж рідного міста		
17	Імідж Одеси		
18	Імідж в політиці		
19	Архетипічна основа іміджу		
20	Імідж науковця		
	Разом	10	10

ЗДОБУВАЧ ПРИ ВИКОНАННІ ІНДЗ ПОВИНЕН ДОТРИМУВАТИСЯ ПРИНЦИПІВ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ, НЕ ДОПУСКАТИ АКАДЕМІЧНИЙ ПЛАГІАТ.

Академічний плагіат – оприлюднення (частково або повністю) наукових (творчих) результатів отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості), та/або відтворення опублікованих текстів інших авторів без відповідного посилання (відповідно до ст. 69 Закону України «Про вищу освіту»).

Види академічного плагіату:

- копіювання;
- перефразування;
- компіляція;
- використання інформації (факти, ідеї, формули, числові значення тощо) з джерела без посилання на це джерело;
- подання як власних робіт (тез, аналітичних звітів, письмових робіт, есеїв тощо), виконаних на замовлення іншими особами, у тому числі робіт, стосовно яких справжні автори надали згоду на таке використання.

РОЗДІЛ 4

КОНТРОЛЬНІ ЗАСОБИ ПЕРЕВІРКИ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРАКТИЧНОЇ ТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ЗАЛІКУ.

Відповіді мають бути розгорнутими.

1. Історія та основні етапи розвитку категорії іміджу.
2. Протоіміджеві явища у Стародавньому світі; Середні віки.
3. Категорія іміджу в сучасному комунікаційному просторі
4. Визначення іміджу. Імідж та репутація.
5. Поняття «іміджологія» та «іміджмейкерство»
6. Функції іміджу: ціннісні та технологічні.
7. Типи іміджу.
8. Канали та засоби транслявання іміджу.
9. Формування іміджу: методи і психологія впливу.
10. Місія та легенда в комплексному коді іміджу.
11. Символи в комплексному коді іміджу.
12. Архетипічна основа іміджів.
13. Імідж як міфологічний архетип.
14. Особистий імідж
15. Діловий імідж
16. Корпоративний імідж
17. Корпоративна культура та її особливості
18. Партійний імідж.
19. Політичний імідж.
20. Імідж лідера
21. Стиль та його види.
22. Техніки створення яскравого іміджу

23. Габітарний імідж та його особливості.
24. Технологія і техніка створення політичного іміджу лідера.
25. Типології іміджу політичного лідера.
26. Способи формування політичного іміджу.
27. Психотехнології створення ефективного політичного іміджу.
28. Імідж партійного лідера. Ефект лідера у формуванні іміджу партії.
29. Маркетинг партійного лідера (створення середовищного іміджу, габітарного іміджу; кінетичного іміджу)
30. Оптимізація та коригування іміджу партійного лідера.
31. Поведінка політика в умовах компроментуючого впливу.
32. Формування індивідуального стратегічного іміджу партії.
33. Основні вимоги до формування іміджу партії: затребованість, реалістичність, яскравість та простота.
34. Структура іміджу партії: концептуальна складова; інтерактивна складова; лідерська складова.
35. Практики формування партійного іміджу для правлячої та опозиційної партії: створення емблеми (лого) партії; політичне гасло (девіз, слоган); партійні гімни.

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ ТА ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

1. У діловий обіг ввів поняття «імідж» та обґрунтував корисність для ділового успіху:

- a. Кеннет Болдуінг
- b. Абрахам Маслоу
- c. Георгій Почепцов

2. Першими почали активно працювати з категорією іміджу представники:

- a. Економічної сфери
- b. Політичної сфери
- c. Публічної сфери

3. Попит на імідж породив нову професію:

- a. PR-фахівця
- b. Політтехнолога
- c. Психотехнолога
- d. Стилиста
- e. Іміджмейкера

4. Імідж можна розглядати як

- a. Індивідуальний вигляд і ореол
- b. Привертання до себе уваги
- c. Сприйняття суспільством
- d. Образ, імітування, репутація

5. При конструюванні визначення імідж, за Г. Почепцовим, треба враховувати категорії:

- a. Об'єктивне – суб'єктивне
- b. Природне – штучне
- c. Когнітивне – емоційне
- d. Яскраве – потворне

6. Імідж товару можна визначити як:

- a. Найбільш вартісний, при цьому невідчутний і неоречевлений компонент рекламного звернення, котрий залежить від якості, ціни, доступності товару, надійності його обслуговування після придбання, історії фірми.
- b. Імідж політичної партії, організації, компанії, фірми, музичного гурту, спортивної команди тощо, який залежить від іміджів їхніх лідерів, керівників та учасників.

7. Імідж країни можна визначити як:

- a. Це комплекс об'єктивних взаємопов'язаних характеристик державної системи (географічних, соціально-економічних, суспільно-політичних, національно-конфесійних, культурних), сформованих у процесі еволюційного розвитку країни як складної багатofакторної підсистеми світового устрою.
- b. Найбільш вартісний, при цьому невідчутний і неоречевлений компонент рекламного звернення, котрий залежить від якості, ціни, доступності товару, надійності його обслуговування після придбання, історії фірми.
- c. Імідж політичної партії, організації, компанії, фірми, музичного гурту, спортивної команди тощо, який залежить від іміджів їхніх лідерів, керівників та учасників.

8. Дзеркальний імідж – це:

- a. Образ-відображення себе самого
- b. Бажаний, ідеальний образ самого себе
- c. Демонстративний імідж себе

9. Імідж передбачає наявність:

- a. Легенди
- b. Місії
- c. Символу
- d. Story

10. Легенда в іміджі – це:

- a. Ефект сприйняття, ґрунтований на зіставленні місії, цілей і завдань та реальної роботи компанії або особи.

- b. Компонент, який пояснює, задля чого діє компанія чи особа
- c. Образ, у якому поєднуються всі іміджотворчі та індивідуальні якості носія іміджу.

11. Місія в іміджі – це:

- a. Ефект сприйняття, ґрунтований на зіставленні місії, цілей і завдань та реальної роботи компанії або особи.
- b. Компонент, який пояснює, задля чого діє компанія чи особа
- c. Образ, у якому поєднуються всі іміджотворчі та індивідуальні якості носія іміджу.

12. Символ в іміджі – це:

- a. Ефект сприйняття, ґрунтований на зіставленні місії, цілей і завдань та реальної роботи компанії або особи.
- b. Компонент, який пояснює, задля чого діє компанія чи особа
- c. Образ, у якому поєднуються всі іміджотворчі та індивідуальні якості носія іміджу.

13. Яка технологія спрямована переважно на інтеграцію ефективного образу в різні життєві сфери?

- a. неймінг;
- b. брендінг;
- c. іміджмейкинг.

14. Зовнішній імідж компанії - це:

- a. Те, як її сприймають суспільство, ЗМІ, партнери та інвестори
- b. Сприйняття компанії її працівниками й керівництвом.
- c. Репутація компанії.

15. Внутрішній імідж компанії – це:

- a. Те, як її сприймають суспільство, ЗМІ, партнери та інвестори
- b. Сприйняття компанії її працівниками й керівництвом.
- c. Репутація компанії.

16. Яка імідж-технологія пояснює сутність та природу імені людини?

- a. Наймінг
- b. Брендінг
- c. Іміджмейкінг

17. Особистісний імідж – це:

- a. Самоімідж, бажаний, важливий імідж
- b. Дзеркальний, потоковий, реальний імідж
- c. Бажаний, реальний, габітарний імідж

18. Корпоративний імідж – це:

- a. Імідж організації загалом
- b. Імідж певних її частин або результатів її роботи

19. Імідж політика – це:

- a. Образ-замінник політичного діяча
- b. Семіотичний замінник особистості
- c. Символ-знак, бренд

20. Іміджмейкінг – це:

- a. Технологія, спрямована переважно на інтеграцію ефективного образу в різні життєві сфери, це вміння створити та «подати» образ, якого потребує аудиторія
- b. Це створення і підтримка (відтворення) зрозумілого іміджу; роз'яснення клієнтам наявних проблем.

21. Позиціювання – це:

- c. Технологія, спрямована переважно на інтеграцію ефективного образу в різні життєві сфери, це вміння створити та «подати» образ, якого потребує аудиторія
- d. Це створення і підтримка (відтворення) зрозумілого іміджу; роз'яснення клієнтам наявних проблем.

22. Коли кандидатура, що обговорюється, асоціюється з групою та набуває рис, притаманних групі загалом є варіантом викривленого сприйняття:

- a. Стереотип
- b. Ефект halo
- c. Селективність
- d. Проекція
- e. Ефект очікування

23. Перенесення власних якостей та інтересів на інших є варіантом викривленого сприйняття:

- a. Стереотип
- b. Ефект halo
- c. Селективність
- d. Проекція
- e. Ефект очікування

24. Сукупність суспільно-прогресивних норм, правил і стандартів, які прийняті в області корпораційних відносин – це

- a. Корпоративна політика
- b. Корпоративна культура
- c. Корпоративний кодекс

25. Що ми розуміємо під терміном «іміджмейкерство»?

- a. Технології з формування іміджу
- b. Онтологія іміджу
- c. Мистецтво вербального спілкування

26. Від яких фахівців залежить створення корпоративних відносин у колективі?

- a. Від CEO
- b. Від PR-менеджерів компанії
- c. Від клієнтів

27. До іміджевої символіки належать:

- a. Ім'я, особисті символи, особиста атрибутика, соціальні символи
- b. Репутація, ампула, легенда, місія

28. Образ, що притягає до себе оточуючих завдяки величезній внутрішній енергії та змістовній потужності – це:

- a. Авторитарний образ
- b. Харизматичний образ
- c. Яскравий образ

29. Управління особистісним іміджем – це:

- a. Проектування бажаного зв'язку;
- b. Формулювання іміджевих цілей та іміджевої стратегії, опис імідж-портрета, вибір каналів і засобів просування особистісного іміджу.

30. Методи, інструменти та технології, спрямовані на створення позитивного іміджу організації в очах публіки – це:

- a. Іміджмейкерство
- b. Стайлінг
- c. Політтехнологія
- d. PR-кампанія

31. Фантастичне відображення дійсності, створює ідейну основу для захоплення, утримання влади, боротьби з політичними противниками – це:

- a. Політична ідеологія
- b. Політична міфологія
- c. Політична психологія

32. Сукупність найважливіших рис, які створюють враження цілісності натури кандидата – це:

- a. Образ політика
- b. Типаж політика
- c. Політичний стереотип

33. Стратегію та тактику проведення виборчого процесу в даному окрузі на відповідній територіальній одиниці, на політичному ринку, іміджування політика здійснює:

- a. Політтехнолог
- b. Іміджмейкер
- c. Голова виборчого штабу

34. Спеціальна, здебільшого символічна і зазвичай ритуальна діяльність, яку виконує індивід чи група з метою формування певного впливу на іншу особу, групу чи масу людей – це :

- a. Політична вистава
- b. Політичний перформанс
- c. Виборчий процес

35 . Формування та «просування» у масову свідомість найпривабливішого уявлення про політичний об'єкт – це:

- a. Іміджева легенда
- b. Іміджева стратегія
- c. Іміджева тактика

36. Компрометуючий вплив, коли один кандидат атакує іншого публічно, відкрито, має назву –

- a. «фронтальна» атака
- b. «партизанська» атака
- c. «вакцинація» громадської думки

37.У відповідь на компрометуючий вплив, один із політиків, завжди повторював: «Критикани лише тріпають язиками, а я справи роблю!». Це говорив:

- a. В. Черчилль
- b. Ф. Рузвельт
- c. В. Вільсон

38. Образ, який слід сконструювати для забезпечення перемоги партії на виборах і подальшого зростання її популярності має назву:

- a. Стратегічний імідж політичної партії
- b. Тактичний імідж політичної партії
- c. Концептуальний імідж політичної партії

39. Основні вимоги до формування іміджу політичної партії – це:

- a. Затребованість, реалістичність, яскравість та простота
- b. Ідеальність, прагматизм, складність та зрозумілість
- c. Яскравість, прагматизм, ідеальність

40. При розкрутці іміджу партії часто використовується буксирний ефект. Буксирний ефект – це:

- a. Спроможність кандидата, що очолює партійний список, допомогти здобути мандат менш значним кандидатам з цієї самої партії, названим в одному виборчому бюлетені.
- b. Цілісний, узгоджений характер дій партії на виборах
- c. Спроможність харизматичного партійного лідера здобути мандат та допомогти менш значним кандидатам з цієї партії отримати мандат.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

Критерії оцінювання за різними видами роботи

Вид роботи	бали	Критерії
Практичні заняття	0 балів	Здобувач відтворює незначну частину навчального матеріалу, має поверхневі уявлення про предмет вивчення, неаргументовано висловлює думку. Використовує необхідні інформаційно-методичні матеріали, виконує практичні завдання за умови сторонньої допомоги.
	1 бал	Знання здобувача є достатньо повними, він самостійно застосовує відповідний навчальний матеріал, виконуючи практичні завдання; аналізує, робить висновки. Відповідь повна, логічна, обґрунтована, але припускається неточностей. Здобувач самостійно використовує необхідні інформаційно-методичні матеріали виконуючи практичні завдання. Виконані завдання у цілому відповідають вимогам, хоча мають незначні огріхи.
	2 бали	Здобувач володіє міцними знаннями, оперує ними при виконанні практичних завдань. Самостійно використовує необхідні інформаційно-методичні матеріали, виконуючи практичні завдання. Не припускається помилок при їхньому виконанні. Здобувач виступає експертом практичних завдань, що виконали однокурсники.
Самостійна робота	0 балів	Здобувач розпізнає деякі об'єкти вивчення та визначає їх на побутовому рівні, може описувати деякі об'єкти вивчення; має фрагментарні уявлення з предмета вивчення; виконує елементарні прийоми практичних завдань.
	1 бал	Здобувач самостійно і логічно відтворює фактичний і теоретичний матеріал та наводить приклади; володіє навчальним матеріалом і використовує набуті знання, уміння у стандартних ситуаціях; самостійно виконує практичні завдання відповідно до методичних рекомендацій; практичні завдання мають окремі

		помилки; користується необхідними навчально-методичними матеріалами.
	2 бали	Здобувач володіє глибокими знаннями, демонструє відповідні компетентності, використовує їх у нестандартних ситуаціях, самостійно працює з інформацією у відповідності до поставлених завдань; систематизує та узагальнює навчальний матеріал; самостійно користується додатковими джерелами інформації; без похибок виконує та аналізує практичні завдання.
Індивідуальне навчально-дослідне завдання (есе)	0 балів	Не зараховуються есе, які виконані не самостійно або скачені з мережі Інтернет.
	1 бал	Есе виконано самостійно, проте не опрацьована актуальність теми, теоретичний аналіз дано описово, змістовний матеріал представлений схематично, у висновку сформульовані загальні висновки, або вони взагалі відсутні, тема не розкрита, робота не відповідає обсягу, її оформлення не відповідає вимогам.
	2 бали	Есе виконано самостійно, оформлення загалом відповідає вимогам, проте не опрацьована актуальність теми, теоретичний аналіз дано описово, змістовний матеріал представлений схематично, у висновку сформульовані загальні висновки, тема не розкрита, частина значимої інформації відсутня. Інформація на слайдах надана без покликань. Матеріал фрагментований.
	3 бали	Есе виконано самостійно, оформлення загалом відповідає вимогам, проте не опрацьована актуальність теми, теоретичний аналіз містить неточності, змістовний матеріал представлений схематично, у висновку сформульовані загальні висновки, тема розкрита частково, робота не відповідає обсягу, інформація на слайдах подана з покликаннями на джерела, однак вони сумнівного походження, або втратили актуальність.
	4 бали	Есе виконано самостійно, оформлення відповідає вимогам із незначними порушеннями, опрацьована актуальність теми, теоретичний

		аналіз містить неточності, але усно автор(ка) пояснює матеріал впевнено і за допомогою викладача виправляється, змістовний матеріал представлений гідно, у висновку сформульовані загальні висновки, тема розкрита загалом із незначними прогалинами, робота відповідає обсягу, інформація на слайдах подана з покликанням на джерела, однак вони оформлені із незначними помилками.
	5 балів	Есе виконано самостійно, оформлення відповідає вимогам із незначними порушеннями, опрацьована актуальність теми, теоретичний аналіз містить неточності, але усно автор(ка) пояснює матеріал впевнено виправляється, змістовний матеріал представлений гідно, у висновку сформульовані самостійні висновки, які містять незначні огріхи, тема розкрита загалом, робота відповідає обсягу, інформація на слайдах подана з покликанням на джерела, гідно оформлені і актуальні.
	6 балів	Есе виконано самостійно, оформлення відповідає вимогам, опрацьована актуальність теми із зазначенням невирішених раніше аспектів, теоретичний аналіз ґрунтовний та самостійний, автор(ка) усно та без підгляди пояснює матеріал, змістовний матеріал представлений гідно, у висновку сформульовані самостійні висновки, тема розкрита загалом, робота відповідає обсягу, інформація на слайдах подана із використанням самостійно розроблених схем, малюнків, графіків, містить покликання на джерела, гідно оформлені і актуальні.
	7 балів	Есе виконано самостійно, оформлення відповідає вимогам, опрацьована актуальність теми із зазначенням невирішених раніше аспектів, теоретичний аналіз ґрунтовний та самостійний, автор(ка) усно та без підгляди пояснює матеріал, змістовний матеріал представлений гідно, у висновку сформульовані самостійні розлогі висновки, які підкріплені фактичними доказами, тема розкрита загалом, робота відповідає обсягу,

		інформація на слайдах подана переважно схематично із використанням самостійно розроблених малюнків, графіків, містить покликання на джерела, гідно оформлені і актуальні.
	8 балів	Есе виконано самостійно із елементами новизни та оригінальності, оформлення відповідає вимогам, актуальність теми повністю розкрита із зазначенням невирішених раніше аспектів, правильно визначені об'єкт і предмет власного дослідження, метод відповідає тематиці та поставленій задачі, теоретичний аналіз ґрунтовний та самостійний, автор(ка) без перешкод презентує матеріал, зміст презентації представлений гідно, без перевантаження слайдів текстовим матеріалом; у висновку сформульовані самостійні ґрунтовні висновки, які підкріплені фактичними доказами, робота відповідає обсягу, інформація на слайдах подана переважно схематично із використанням самостійно розроблених малюнків, графіків, містить покликання на джерела, гідно оформлені і актуальні.
	9 балів	ІНДЗ виконано самостійно та оригінально, оформлення відповідає вимогам, актуальність теми повністю розкрита із зазначенням невирішених раніше аспектів, правильно визначені об'єкт і предмет, гіпотеза власного дослідження, метод відповідає тематиці та поставленій задачі, теоретичний аналіз ґрунтовний та самостійний, автор(ка) вільно презентує матеріал в аудиторії, проте відповіді на питання від аудиторії невпевнені, хоча і вірні. Зміст презентації не перевантажено слайдами з текстовим матеріалом; у висновку сформульовані самостійні ґрунтовні судження, підкріплені фактичними доказами та розрахунками, робота відповідає обсягу, інформація на слайдах подана переважно схематично із використанням самостійно розроблених малюнків, графіків,

		містить покликання на джерела, гідно оформлені і актуальні.
	10 балів	ІНДЗ виконано самостійно та оригінально, оформлення відповідає всім вимогам, актуальність теми повністю розкрита із зазначенням невирішених раніше аспектів, правильно визначені об'єкт і предмет, гіпотеза дослідження, метод відповідає тематиці та поставленій задачі, теоретичний аналіз ґрунтовний та самостійний, автор(ка) вільно презентує матеріал в аудиторії, впевнено відповідає на питання від аудиторії. Зміст презентації не перевантажено слайдами з текстовим матеріалом; у висновку сформульовані самостійні ґрунтовні судження, підкріплені фактичними доказами та розрахунками, робота відповідає обсягу, інформація на слайдах подана переважно схематично із використанням самостійно розроблених малюнків, графіків, містить покликання на джерела, гідно оформлені і актуальні.
Письмова робота	0 - 4	Здобувач не менше ніж на 50% контрольних завдань надав правильну відповідь – початковий рівень знань
	5 - 6	Здобувач на 51% - 70% контрольних завдань надав правильну відповідь – середній рівень знань
	7 - 8	Здобувач на 71% - 90% контрольних завдань надав
	9 - 10	Здобувач на 91% - 100% контрольних завдань надав правильну відповідь – високий рівень знань

Критерії оцінювання підсумкового контролю (залік)

Для навчальної дисципліни «Іміджологія» навчальним планом передбачено підсумковий контроль у формі заліку. Кількість балів, необхідних для заліку (не менше 60), здобувач вищої освіти отримує під час роботи на практичних заняттях, виконання всіх видів самостійної роботи та індивідуально-дослідного завдання.

Критерії оцінювання за всіма видами контролю

Сума балів	Критерії оцінки
Відмінно (90-100 A)	Здобувач демонструє міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає програмі навчальної дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях; реалізує теоретичні положення навчальної дисципліни виконуючи практичні завдання у сфері іміджології. При виконанні практичних завдань проявляє вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включається в обговорення, відстоює власну точку зору в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Оцінка нижче 100 балів обґрунтовується недостатнім розкриттям теоретичних питань навчальної дисципліни, або тим, що студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.
Добре (82-89 B)	Здобувач демонструє знання, володіння матеріалом в обсязі, що відповідає програмі навчальної дисципліни, робить на їхній основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач у сфері іміджології, але припускається несуттєвих помилок. При виконанні практичних завдань, здобувач самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких є незначною.
Добре (74-81 C)	Здобувач на достатньому рівні володіє навчальним матеріалом, знає основні теоретичні положення, що відповідають програмі навчальної дисципліни, аналізує можливі практичні ситуації та вирішує їх, але припускається помилок які усуває за підтримки з боку викладача або однокурсників. Пояснює основні положення, дає правильні відповіді щодо зміни методів роботи у сфері іміджології при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях не є системними, впевнено працює за алгоритмом.
Задовільно (64-73 D)	Здобувач розуміє основні положення навчальної дисципліни, котрі є визначальними і орієнтується у напрямі вирішення практичних завдань. Здобувач розуміє практичні завдання, має пропозиції щодо напрямку їх вирішення. Самостійно вирішує завдання за зразком, допускає значну кількість неточностей, помилок, котрі усуває під керівництвом викладача, підтримки з боку однокурсників. Розуміє основні правила, морально-етичні норми різних аспектів діяльності політолога.

<p>Задовільно (60-63 E)</p>	<p>Здобувач поверхнево опанував навчальний зміст, передбачений програмою навчальної дисципліни, володіє основними положеннями на мінімально допустимому рівні. Знання щодо організації роботи у сфері іміджології несистемні, фрагментарні. Виконання практичних завдань, формалізоване: є відповідність алгоритму, виконує практичні завдання за підтримки з боку викладача зі значними труднощами; демонструє нестійкі навички міжособистісної взаємодії, але відсутнє глибоке розуміння логіки психічних процесів в організації та управлінні.</p>
<p>Незадовільно (35-59 FX)</p>	<p>Здобувач має фрагментарні знання, опанувавши менше половини обсягу навчального змісту, передбаченого програмою навчальної дисципліни. Відсутнє цілісне усвідомлення навчального матеріалу. Здобувач працює пасивно, практичні завдання виконує переважно з помилками, виправляє помилки лише при виконанні нескладних практичних завдань. Здобувач допускається до повторного складання заліку.</p>
<p>Незадовільно (0-34 F)</p>	<p>Здобувач не виконує вимоги програми навчальної дисципліни: не сформовані знання уміння та навички. Здобувач не допускається до заліку та проходить повторне вивчення дисципліни.</p>

Розподіл балів, які отримують здобувачі за результатами поточного і підсумкового контролю

Поточний контроль (практичні заняття, самостійна робота, ІНДЗ)					
Теми	Бали	Разом	Письмова робота	ІНДЗ	Сума
Тема 1	0-16	0-80	0-10	0-10	0-100
Тема 2	0-16				
Тема 3	0-16				
Тема 4	0-16				
Тема 5	0-16				

Шкала оцінювання за всіма видами контролю:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90–100	A	відмінно
82–89	B	добре
74–81	C	
64–73	D	задовільно
60–63	E	
35–59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0–34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література:

1. Балла Е., Вотканич М. Основи іміджології. Методичний посібник (для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 03 Гуманітарні науки спеціальності 035 Філологія спеціалізації 035.01 Українська мова та література освітньої програми «Українська мова і література»). Ужгород, 2023. 52 с.
2. Болотова В.О. Б 79 Іміджологія: текст лекцій для студентів спеціальностей 054 «Соціологія», 061 «Журналістика» / В. О. Болотова, Н. О. Ляшенко, К. А. Агаларова – Харків : НТУ «ХП», 2021. – 150 с.
3. Гоулман Д., Бояціс Р., Маккі Е. Емоційний інтелект лідера / пер. з англ. Валерія Глінка. Київ: Наш Формат, 2022. 288 с.
4. Іміджологія. Соціокультурний вимір : навч. посіб. / В. П. Дячук. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2017. – 308 с.

Допоміжна

1. Корпоративна культура та етикет: навчальний посібник / Уклад. А.М. Зленко. Переяслав-Хмельницький: К.С.В., 2019. 324 с.
2. Кобець Ю. , Березовська-Чміль О. Політична іміджологія та політичний іміджмейкінг як теорія та практика творення політичного іміджу. *Прикарпатський вісник НТШ. Думка*. 2018. № 5(49). С. 107-114
3. Дяченко О.В. Формування україномовної блогосфери в контексті політичної комунікації в мережі Інтернет. *Політикус*. 2020. № 6, С. 23-28.
4. Дунаєва Л.М. Трансформація цінностей українців в контексті аналізу риторики Президента України В. Зеленського. *Політичне життя*. 2022. № 4. С. 84-88.
5. Музиченко Г.В. Ефективність каналів поширення політичної реклами в Президентських виборчих кампаніях 2014 та 2019 років в Україні. *Регіональні студії*. 2020. № 9. С. 36-40
6. Прокопович Лада Імідж політиків у фотожабах: візуально-комунікативні прояви політичного театру. *Політикус*. 2021. № 3. С. 1116 - 121
7. Трушевич, Г.Б. Іміджмейкінг в українській політичній практиці: ціннісний вимір. *Politicus*. 2020. № 4. С. 75-82.
8. Шурко О. Вплив політичного іміджу на свідомість громадян. *Вісник Львівського університету. Серія філ.-пол. студії*. 2018. Вип. 17. С.261- 266

Інформаційні ресурси

1. Законодавство України – Верховна Рада. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.
2. Кабінет Міністрів України. URL: www.kmu.gov.ua
3. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>
4. Сайт Національної Парламентської бібліотеки України URL: <http://www.nplu.kiev.ua/>

5. Сайт Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. URL: <http://www.ipiend.gov.ua/>
6. Сайт Українського незалежного центру політичних досліджень URL: <http://www.ucipr.kiev.ua/>
7. Сайт Українського центру політичного менеджменту URL: <http://www.politik.org.ua/>
8. Сайт Інституту економічних досліджень та політичних консультацій наводить місячний економічний моніторинг України, моніторинг інфраструктури України, наукові матеріали, книги. URL: <http://www.ier.com.ua>
9. Сайт журналу «Полития» URL: <http://www.nasledie.ru/>.
10. Сайт журналу «Политическая экспертиза» URL: <http://www.politex.info/>
11. Портал политических наук. URL: <http://www.politzone.in.ua/>

ДОДАТОК А

Ключі до тестів

1	a
2	a
3	e
4	d
5	A, b, c
6	a
7	a
8	a
9	A, b, c
10	a
11	b
12	c
13	b
14	a
15	b
16	a
17	a
18	a
19	a
20	a
21	b
22	a
23	d
24	b
25	a
26	b
27	a
28	b
29	a
30	d
31	b
32	b
33	b
34	b
35	b
36	a
37	b

38	a
39	a
40	a

Навчально-методичне видання

Наумкіна С. М., Дмитрашко С. А.

Методичні рекомендації до проведення практичних занять та організації самостійної і індивідуальної роботи з навчальної дисципліни «Іміджологія» (для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 052 «Політологія». Одеса: Університет Ушинського, 2023. 60 с.

