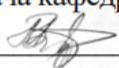


Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Кафедра історії та політичної теорії



«ЗАТВЕРДЖЕНО»

В. о. завідувача кафедри
Зенкін М.В. 

«29» серпня 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Політична іміджелогія»

Галузь знань	05 Соціальні та поведінкові науки
Спеціальність	052 Політологія
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Освітня програма	«Політологія»
Статус	вибіркова
Загальний обсяг	3 кредити ЄКТС (90 годин)
Форма підсумкового контролю	диференційований залік
Термін викладання	7 семестр (13, 14 чверті)
Мова викладання	українська

Викладач: доц. Цурканова І.О.

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

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

Дніпро
НТУ «ДП»
2025

Робоча програма навчальної дисципліни «Політична іміджелогія» для бакалаврів освітньо-професійної програми «Політологія» спеціальності 052 Політологія / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. історії та політичної теорії. Д.: НТУ «ДП», 2025. 17 с.

Розробник:

Цурканова Ірина Олександрівна – доцент, кандидат політичних наук, доцент кафедри історії та політичної теорії.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки студентів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

Погоджено рішенням науково-методичної комісії спеціальності С2 Політологія (052 Політологія) (протокол № 3 від 29.08.2025 р.).

ЗМІСТ

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ.....	4
3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ	4
4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	4
5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	5
6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ.....	9
6.1 Шкали	9
6.2 Засоби та процедури.....	10
6.3 Критерії.....	11
7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	15
8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ	156

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни – сформувати у здобувачів вищої освіти системні знання про сутність, механізми формування та функціонування політичного іміджу, а також навчити застосовувати аналітичні підходи для дослідження іміджу політичних лідерів, партій, державних інституцій і політичних акторів.

2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
шифр ДРН	Зміст
ДРН – 01	Розуміти предметну область політичної іміджелогії, її місце в системі політичних наук, а також етичні та правові засади формування політичного іміджу.
ДРН – 02	Використовувати базовий категорійно-понятійний апарат політичної іміджелогії (політичний імідж, бренд, репутація, позиціонування, іміджева стратегія) для аналізу діяльності політичних акторів.
ДРН – 03	Застосовувати аналітичні підходи та методи політичної науки для дослідження процесів формування іміджу політичних лідерів, партій та державних інституцій.
ДРН – 04	Аналізувати іміджеві стратегії у політичній комунікації та оцінювати їхній вплив на громадську думку і політичну поведінку.

3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни	Здобуті результати навчання
Ф4 Психологія	Мати навички професійної комунікації
Ф8 Публічний політичний процес	Вміти аналізувати взаємодію політичних акторів та інститутів, владу та урядування, політичні системи та режими, політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування

4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Обсяг, години	Розподіл за формами навчання, години					
		Денна		Вечірня		Заочна	
		аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота
Лекційні	60	26	34	-	-	-	-
Практичні				-	-	-	-
Семінари	60	20	40	-	-	-	-
РАЗОМ	120	46	74	-	-	-	-

5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, год.
	ЛЕКЦІЇ	60
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 1. Поняття іміджу. Імідж як соціокультурний феномен. 1.1. Іміджологія як навчальна дисципліна 1.2. Імідж з погляду загальної психології. 1.3. Імідж з погляду іміджології та соціальної психології. 1.4. Імідж як складова сучасної цивілізації у структурі світу. 1.5. Стратегія управління корпоративною інформацією на основі сучасних комунікативних технологій.	4
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 2. Іміджологія як наука. Предмет іміджології та брендингу 2.1 Об'єкт і предмет іміджології. 2.2 Принципи формування іміджу. 2.3 Функції та ролі іміджу. 2.4 Імідж у системі зв'язків із громадськістю. 2.5 Походження поняття «бренд». 2.6 Зміст та класифікація бренду. 2.7 Співвідношення ключових понять брендингу: бренд, торгова марка, товарний знак. 2.8 Співвідношення бренду та іміджу.	4
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 3. Імідж у системі комунікації 3.1 Роль іміджу в соціальній діяльності. 3.2 Характеристики іміджевої комунікації. 3.3 Види іміджформуючої інформації. 3.4 Характерні риси прямої іміджформуючої інформації. 3.5 Канали передачі іміджформуючої інформації. 3.6 Імідж-стратегії. 3.7 Роль іміджу в діловому спілкуванні.	4
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 4. Закономірності формування та функціонування іміджу 4.1 Пріоритетні функції іміджу (ціннісні, технологічні). 4.2 Комунікативно-технологічна матрична структура іміджу. 4.3 Основні принципи й закономірності побудування іміджу. 4.4 Комунікативно-технологічна матриця «Узагальнене імідж-коло». 4.5 Елементи конструювання іміджу. 4.6 Психологічний аспект формування власного іміджу. 4.7 Специфіка організаційного іміджу. 4.8 Специфіка формування та функціонування іміджу в політиці.	4
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 5. Етапи формування іміджу та механізми впливу 5.1 Структура іміджу організації. 5.2 Основні етапи формування іміджу. 5.3 Прийоми формування іміджу. 5.4 Основні інструменти формування іміджу. 5.5 Чинники формування першого враження. 5.6 Об'єкти та методи формування іміджу.	4

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, год.
	5.7 Public relations у формуванні іміджу: позиціонування, піднесення іміджу, зниження іміджу (антиреклама), дистанціювання від конкурентів, контрреклама.	
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 6. Формування особистісного іміджу та його структура 6.1 Види особистісного іміджу. 6.2 Структура особистісного іміджу. 6.3 Глибинні характеристики особистісного іміджу. 6.4 Стратегії управління особистісним іміджем. 6.5 Техніки створення ефективного імідж-образу. 6.6 Створення індивідуального стилю. 6.7 Використання символів під час створення особистісного іміджу. 6.8 Комп'ютерна програма для моделювання іміджу. 6.9 Імідж телефонного спілкування.	6
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 7. Імідж у різних контекстах 7.1 Іміджі політиків, поп-зірок. 7.2 Іміджі організації, бізнесу. 7.3 Іміджі країн. 7.4 Індивідуальний, груповий, предметний та корпоративний іміджі. 7.5 Особливості управління іміджем.	4
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 8. Методи й технології брендингу 8.1 Функції бренду та результати їх виконання. 8.2 Стратегії позиціонування бренду. 8.3 Цикл створення бренду. 8.4 Організаційно-методичні аспекти процесу створення бренду. 8.5 Візуальна ідентифікація бренду (фірмовий стиль).	4
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 9. Типологія брендів. Портфель брендів і його архітектура 9.1 Поняття розширення та розтягування бренду. 9.2 Типологія бренду. 9.3 Архітектура бренду. 9.4 Управління портфелем брендів. 9.5 Дизайн бренду та критерії вибору його елементів. 9.6 Брендбук і його структура.	4
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 10. Створення брендингу в культурній та туристській індустрії 10.1 Специфіка соціокультурного брендингу. 10.2 Цінності соціокультурного бренду. 10.3 Атрибути соціокультурного бренду. 10.4 Брендінг у сфері туризму. 10.5 Властивості туристичних брендів. 10.6 Аспекти туристичного брендингу. 10.7 Брендінг туристичного продукту.	4

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, год.
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 11. Бренд країни 11.1 Політика державного брендингу в сучасних умовах. 11.2 Суб'єкти державної політики брендингу територій в Україні. 11.3 Візуальна концепція бренду України.	6
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 12. Практична іміджелогія. Інструментарій іміджелогії 12.1 Позиціювання 12.2 Маніпулювання 12.3 Міфологізація 12.4 Емоціоналізація 12.5 Формат 12.6 Вербалізація 12.7 Деталізація	6
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 13. Механізми практичної реалізації іміджу політичного лідера в Україні 13.1 Соціальні технології формування оптимального іміджу політичного лідера 13.2 Механізми практичної реалізації іміджу політичного діяча в умовах виборчого процесу 13.3 Гендерний компонент іміджу політичного лідера	6
СЕМІНАРСЬКІ ЗАНЯТТЯ		60
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 1. Поняття іміджу. Імідж як соціокультурний феномен. 1.1. Іміджелогія як навчальна дисципліна 1.2. Імідж з погляду загальної психології. 1.3. Імідж з погляду іміджелогії та соціальної психології. 1.4. Імідж як складова сучасної цивілізації у структурі світу. 1.5. Стратегія управління корпоративною інформацією на основі сучасних комунікативних технологій.	6
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 2. Іміджелогія як наука. Предмет іміджелогії та брендингу 2.1 Об'єкт і предмет іміджелогії. 2.2 Принципи формування іміджу. 2.3 Функції та ролі іміджу. 2.4 Імідж у системі зв'язків із громадськістю. 2.5 Походження поняття «бренд». 2.6 Зміст та класифікація бренду. 2.7 Співвідношення ключових понять брендингу: бренд, торгова марка, товарний знак. 2.8 Співвідношення бренду та іміджу.	6
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 3. Імідж у системі комунікації 3.1 Роль іміджу в соціальній діяльності. 3.2 Характеристики іміджевої комунікації. 3.3 Види іміджформуючої інформації. 3.4 Характерні риси прямої іміджформуючої інформації. 3.5 Канали передачі іміджформуючої інформації. 3.6 Імідж-стратегії.	6

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, год.
	3.7 Роль іміджу в діловому спілкуванні.	
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 4. Закономірності формування та функціонування іміджу 4.1 Пріоритетні функції іміджу (ціннісні, технологічні). 4.2 Комунікативно-технологічна матрична структура іміджу. 4.3 Основні принципи й закономірності побудування іміджу. 4.4 Комунікативно-технологічна матриця «Узагальнене імідж-коло». 4.5 Елементи конструювання іміджу. 4.6 Психологічний аспект формування власного іміджу. 4.7 Специфіка організаційного іміджу. 4.8 Специфіка формування та функціонування іміджу в політиці.	6
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 5. Етапи формування іміджу та механізми впливу 5.1 Структура іміджу організації. 5.2 Основні етапи формування іміджу. 5.3 Прийоми формування іміджу. 5.4 Основні інструменти формування іміджу. 5.5 Чинники формування першого враження. 5.6 Об'єкти та методи формування іміджу. 5.7 Public relations у формуванні іміджу: позиціонування, піднесення іміджу, зниження іміджу (антиреклама), дистанціювання від конкурентів, контрреклама.	6
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 6. Формування особистісного іміджу та його структура 6.1 Види особистісного іміджу. 6.2 Структура особистісного іміджу. 6.3 Глибинні характеристики особистісного іміджу. 6.4 Стратегії управління особистісним іміджем. 6.5 Техніки створення ефективного імідж-образу. 6.6 Створення індивідуального стилю. 6.7 Використання символів під час створення особистісного іміджу. 6.8 Комп'ютерна програма для моделювання іміджу. 6.9 Імідж телефонного спілкування.	6
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 7. Імідж у різних контекстах 7.1 Іміджі політиків, поп-зірок. 7.2 Іміджі організації, бізнесу. 7.3 Іміджі країн. 7.4 Індивідуальний, груповий, предметний та корпоративний іміджі. 7.5 Особливості управління іміджем.	6

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, год.
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 8. Методи й технології брендингу 8.1 Функції бренду та результати їх виконання. 8.2 Стратегії позиціонування бренду. 8.3 Цикл створення бренду. 8.4 Організаційно-методичні аспекти процесу створення бренду. 8.5 Візуальна ідентифікація бренду (фірмовий стиль).	6
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 9. Створення брендингу в культурній та туристській індустрії 10.1 Специфіка соціокультурного брендингу. 10.2 Цінності соціокультурного бренду. 10.3 Атрибути соціокультурного бренду. 10.4 Брендинг у сфері туризму. 10.5 Властивості туристичних брендів. 10.6 Аспекти туристичного брендингу. 10.7 Брендинг туристичного продукту.	6
ДРН – 01 ДРН – 02 ДРН – 03 ДРН – 04	Тема 10. Практична іміджологія. Інструментарій іміджології 12.1 Позиціонування 12.2 Маніпулювання 12.3 Міфологізація 12.4 Емоціоналізація 12.5 Формат 12.6 Вербалізація 12.7 Деталізація	6
		60
	Разом	120

6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

6.1 Шкали

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних студентів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good

60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2 Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь/навичок, комунікації, автономії та відповідальності студента за вимогами НРК до 6-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Студент на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання (розділ 2).

Засоби діагностики, що надаються студентам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдання під час лекцій	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів; виконання ККР під час заліку за бажанням студента
семінари	індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Семінарські заняття оцінюються якістю виконання індивідуального завдання та його презентації.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком складовим опису кваліфікаційного рівня за НРК, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час заліку має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожної складової опису НРК.

6.3 Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і семінарських занять в якості критерію використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де a – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення; m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для бакалаврського рівня вищої освіти (подано нижче).

Загальні критерії досягнення результатів навчання для 6-го кваліфікаційного рівня за НРК

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
<i>Знання</i>		
♦ концептуальні наукові та практичні знання, критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності та/або навчання	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - концептуальних знань; - високого ступеню володіння станом питання; - критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	95-100
	Відповідь містить негрубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
Уміння/навички		
♦ поглиблені когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання	Відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - обирати адекватні методи та інструментальні засоби; - збирати та логічно й зрозуміло інтерпретувати інформацію; - використовувати інноваційні підходи до розв'язання завдання	95-100
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	рівень умінь/навичок незадовільний	<60
Комунікація		
♦ донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та	Вільне володіння проблематикою галузі. Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова: - правильна; - чиста; - ясна;	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
<p>аргументації;</p> <ul style="list-style-type: none"> ♦ збір, інтерпретація та застосування даних; ♦ спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово 	<ul style="list-style-type: none"> - точна; - логічна; - виразна; - лаконічна. <p>Комунікаційна стратегія:</p> <ul style="list-style-type: none"> - послідовний і несуперечливий розвиток думки; - наявність логічних власних суджень; - доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; - правильна структура відповіді (доповіді); - правильність відповідей на запитання; - доречна техніка відповідей на запитання; - здатність робити висновки та формулювати пропозиції 	
	<p>Достатнє володіння проблематикою галузі з незначними хибами.</p> <p>Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) з незначними хибами.</p> <p>Доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами</p>	90-94
	<p>Добре володіння проблематикою галузі.</p> <p>Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)</p>	85-89
	<p>Добре володіння проблематикою галузі.</p> <p>Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)</p>	80-84
	<p>Добре володіння проблематикою галузі.</p> <p>Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)</p>	74-79
	<p>Задовільне володіння проблематикою галузі.</p> <p>Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)</p>	70-73
	<p>Часткове володіння проблематикою галузі.</p> <p>Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)</p>	65-69
	<p>Фрагментарне володіння проблематикою галузі.</p> <p>Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та</p>	60-64

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	
	Рівень комунікації незадовільний	<60
<i>Відповідальність і автономія</i>		
<ul style="list-style-type: none"> ◆ управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами; ◆ спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах; ◆ формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти; ◆ організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп; ◆ здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії 	<p>Відмінне володіння компетенціями менеджменту особистості, орієнтованих на:</p> <p>1) управління комплексними проектами, що передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - дослідницький характер навчальної діяльності, позначена вмінням самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особисту позицію; - здатність до роботи в команді; - контроль власних дій; <p>2) відповідальність за прийняття рішень в непередбачуваних умовах, що включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обґрунтування власних рішень положеннями нормативної бази галузевого та державного рівнів; - самостійність під час виконання поставлених завдань; - ініціативу в обговоренні проблем; - відповідальність за взаємовідносини; <p>3) відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб, що передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - використання професійно-орієнтованих навичок; - використання доказів із самостійною і правильною аргументацією; - володіння всіма видами навчальної діяльності; <p>4) здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, що передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ступінь володіння фундаментальними знаннями; - самостійність оцінних суджень; - високий рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок; - самостійний пошук та аналіз джерел інформації 	<p>95-100</p>
	Упевнене володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано дві вимоги)	90-94
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано чотири вимоги)	80-84

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано шість вимог)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано вісім вимог)	65-69
	Рівень відповідальності і автономії фрагментарний	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Мультимедійне та комп'ютерне обладнання. Програмне забезпечення: Microsoft Office 365, ОС Windows Microsoft Office: Teams, Microsoft Office (Word, Excel, Power Point) Дистанційна платформа Moodle.

8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література:

1. Гончаренко М.М. Політичний імідж: підготовка, використання, аналіз. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, серія «Питання політології», 2022, випуск 42. С.45 - 49.
2. Богоявленський О. В., Гриб С. В., Шеховцов С. С. Формування бренду промислового підприємства, орієнтованого на зовнішньоекономічну діяльність. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 32. С. 75–81.
3. Дунаєва А. Роль міжнародної інформації у створенні позитивного іміджу держави / А. Дунаєва // Український інформаційний простір : наук. журн. – Київ : КНУКіМ, 2013. – Ч. 2. – С. 310–314.
4. Ніколаєва Т. М. Політична іміджологія [Електронний ресурс] / Ніколаєва Т. М. // *Практична політологія* : навч. посіб. / [Бульбенюк С. С., Довганик Н. М., Зайцева З. І. та ін.] ; М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана. – Електрон. текст. дані. – Київ : КНЕУ, 2022. – С. 47–76.
5. Калениченко Р . А . *Іміджологія: навч. посібник* / Р. А. Калениченко, Є . О . Телебенева. – Київ: ЦП Компринт, 2023.
6. Остапенко С. П. Формування іміджу політичного лідера засобами PR-технологій для передвиборчої боротьби / С. П. Остапенко. *Наукові праці* [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]. Серія : Політологія. 2015. Т. 260, Вип. 248. С. 52-56. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdupol_2015_260_248_12
7. Салюк А. П., Холодний Г. О. Формування бренду підприємства: фактори впливу та особливості. *Бізнесінформ*. 2018. № 9. С. 265-271.

8. Цурканова І.О., Радкевич Т.О. Політична культура і культура політики: порівняльний аналіз сучасного стану суспільства в Україні. *Регіональні студії*. 2024. № 36. С.7-13. DOI: <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2024.36.1>.
9. Цурканова І.О. Імідж України в умовах війни та міжнародна політична підтримка // *Грані: науково-теоретичний альманах*. – 2023. Том 26, №3. С.87-93. DOI: <https://doi.org/10.15421/172353> ISSN 2077-1800
10. Цурканова І.О. Політична ідентичність як основа детермінанту електоральної поведінки українців на місцевих виборах 2020 року // *Гілея: науковий вісник (Філософські науки, Політичні науки)*. – 2022. Вип.167-168 (№12-1). С. 65-70.
11. Шурко О. Вплив політичного іміджу на свідомість громадян / О.Шурко // *Вісник Львівського університету. Філософсько-політологічні студії*. – Вип. 17 – 2018. – С. 261–266.

Додаткова література:

1. Formisano M., Pauwels K., Zarantonello L. A broader view on brands' growth and decline. *International Journal of Market Research*. 2019. № 62 (2).
2. Trinh G. T., Anesbury Z. W. An Investigation of Variation in Brand Growth and Decline across Categories. *International Journal of Market Research*. 2015. № 57(3). Pp. 347–356.
3. Chernatony L., Malcolm McDonald M., Wallace E. *Creating Powerful Brands*, Fourth edition. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann, 2011. 483 p.
4. Chukurna O.P. Brand positioning strategy on the basis of quality perception: different markets B2B and B2C.
5. Муллер М. В., Муллер М. О. Брендинг як інструмент стратегічного маркетингового управління: теорія та практика. URL: <https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PolNTU/2863/1/Стаття%20брендинг%20Муллер.pdf>

Інформаційні ресурси

1. Дистанційний курс (Moodle). URL: <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7699>
2. Електронний каталог Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. URL: <http://nbuv.gov.ua/>

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Політична іміджелогія» для бакалаврів освітньо-професійної програми
«Політологія» зі спеціальності С2 Політологія

Розробник:

Ірина Олександрівна Цурканова

У редакції автора

Підготовлено до виходу в світ
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19