

Іміджологія

Викладач:

Левченко Леся Олександрівна

Кандидат політичних наук кафедри журналістики Інституту філології, доцент

В результаті вивчення дисципліни студент має вміти:

- ✓ Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп.
- ✓ Вміти професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності.
- ✓ Вміти вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких, торговельних та/або біржових структур за умов невизначеності та ризиків.

В результаті вивчення дисципліни студент отримає навички:

- ✓ Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп.
- ✓ Вміти професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності.
- ✓ Вміти вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких, торговельних та/або біржових структур за умов невизначеності та ризиків.

Мета: вивчення дисципліни полягає в засвоєнні студентами комплексу теоретичних знань з політичної журналістики і психології мас; формування навичок практичного використання методик роботи з композиційною, тематичною і фактологічною структурами тексту з політичної проблематики, його мовно-стилістичним оформленням.

Обсяг: 3 кредити (90 годин) ECTS, з яких 60 годин самостійної роботи.

Тематика курсу:

Тема 1. Інформаційне поле та інформаційний простір

Тема 2. Міфологеми як складова сучасного інформаційного простору

Тема 3. Інтенсивні моделі змін, відносин всередині інформаційного впливу

Тема 4. Інформація та дезінформація. Комунікативні ланцюги

Тема 5. Варіанти викривлення інформаційного простору

Тема 6. Комунікативний базис та інструментарій введення нової інформації

Тема 7. Особливості дестабілізуючих інформаційних технологій

Тема 8. Побудова загальної моделі дестабілізаційної інформаційної кампанії

Тема 9. Позиціонування при формуванні інформаційного порядку денного

Тема 10. «Джинса», «прихована реклама», «розкрутка» та перекручування як технології побудови інформаційної кампанії

Іміджелогія

Оцінювання та види робіт:

За семестр: 70 балів

За залів: 30 балів

Види робіт:

Підготовка до практичних занять:

опрацювання наукових і методичних матеріалів,
перегляд рекомендованих відео, конспектування
онлайн-публікацій;

опитування на лекційних і групових заняттях – 7*10
балів = 70 балів.

Технічні вимоги: Проекційне мультимедійне обладнання (проектор, екран, ноутбук/комп'ютер); Доступ до мережі Internet, точка доступу Wi-Fi; OS: Windows, Android, iOS; Browsers: Chrome / Opera / Mozilla Firefox / MS Edge; Програмне забезпечення: Word, PowerPoint; Skype, Zoom, Google Meet; Система електронного навчання Moodle 3.9
Тренінгова аудиторія (дошка, фліпчарт, комплект канцелярського приладдя для творчості: маркери, олівці, стікери, кольоровий папір, клей, ватман, блокнот для фліпчарту)

Академічна доброчесність: передбачає самостійне виконання запропонованих видів робіт; у разі наявності текстових збігів, копіювання, списування або фальсифікації даних робота, незалежно від форми та способу виконання, не зараховується.

Вимоги до студентів, критерії оцінювання поточних видів робіт:

- ✓ студент вільно володіє, визначеними програмою, знаннями й уміннями;
- ✓ правильно і в достатній кількості добирає необхідні для відповіді факти;
- ✓ висловлює власне ставлення до навчального матеріалу;
- ✓ відповідь чітка і завершена;
- ✓ мова добра.