



Силабус курсу

Організація суспільних комунікацій

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Галузь знань – 29 Міжнародні відносини

Спеціальність 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії

Освітньо-професійна програма - «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»

Рік навчання: II, **Семестр:** IV

Кількість кредитів: 5 **Мова викладання:** українська

Керівник курсу

ПІП

к.е.н., ст. викладач. Комінярська Людмила Анатоліївна

Контактна інформація

kafdid@wunu.edu.ua

Опис дисципліни

Дисципліна «Організація суспільних комунікацій» передбачає забезпечення студентів теоретичними знаннями та практичними вміннями і навичками для успішного виконання професійних обов'язків у сфері міжнародних відносин з акцентом на розвиток компетентностей, необхідних для підготовки фахівців-міжнародників, здатних комплексно досліджувати, аналізувати і прогнозувати основні тенденції розвитку міжнародних відносин, планувати і реалізовувати комунікативні стратегії та кампанії суб'єктів міжнародних відносин, виявляти і протидіяти інформаційним загрозам на національному і міжнародному рівнях.

Завдання вивчення дисципліни: надати знання про теоретичні та прикладні аспекти комунікацій; системний характер та структуру міжнародних комунікацій; зарубіжний та український досвід використання комунікативних технологій для вирішення професійних завдань.

Структура курсу

Год.	Тема	Результати навчання	Завдання
2/2	1. Комунікація та її роль у сучасному суспільстві.	Знати сутність суспільних комунікацій: цілі, функції, етапи; кореляцію понять «комунікація», «соціальні комунікації», «масові комунікації», «інформація», «масова інформація», актуальні проблеми суспільних комунікацій, рівні суспільної комунікації, основні компоненти суспільної комунікації.	Питання; Групові завдання
4/4	2. Інформація як основний елемент комунікаційних систем.	Знати особливості масової інформації як різновиду соціальної інформації, її природу та ознаки. Види та функції масової інформації в масово-комунікаційній діяльності. Інформаційне суспільство, його визначення та ознаки.	Питання; Групові завдання

4/4	3. Комунікативні процеси суспільного розвитку	Знати поняття комунікативного процесу: зміст етапів і основні характеристики. Забезпечення процесу комунікацій. Зворотний зв'язок і прийняття рішень. Комунікативні процеси в контексті глобалізації. Технології впливу на суспільну думку. Задачі комунікативних потоків. Статус інформаційного простору.	Питання; Групові завдання
4/4	4. Засоби і методи масово-комунікативного впливу	Інтернет як засіб масової комунікації. Види масовокомунікаційних технологій. ПР-технології. Рекламні технології. Іміджеві технології. Пропагандистські технології. Кризові комунікації. Технології нових медіа як протипага масовокомунікаційним технологіям.	Питання, тести
4/4	5. Формування іміджу як складова суспільних комунікацій	Знати методи створення іміджу. Об'єкти створення іміджу. Функції іміджу. Розбудова та реалізація іміджу. Імідж і репутація: спільне й відмінне. Імідж організації : основні ознаки, особливості та структура. Практика «розкрутки» іміджу. Основні етапи формування іміджу організації. Позиціонування. Підвищення та зниження іміджу.	Тести, питання
2/2	6. ЗМІ як суспільний інститут.	Аналізувати суспільні ролі масової інформації як засобу масової комунікації. Основні потоки масової інформації в масовій комунікації. Специфічні властивості масової інформації. Критерії свободи ЗМІ та проблеми медіа виховання аудиторії. Культура споживання масової інформації. Масова інформація як інструмент впливу в масовокомунікаційній діяльності. Інформація та процес її сприйняття.	Тести, Групові завдання
2/2	7. Комунікативні технології	Знати особливості розвитку комунікативних технологій у XXI ст. Визначення поняття «технологія». Складові комунікативної технології: систематичність, масовість, алгоритмічність. Характеристика основних комунікативних технологій: пропаганда, реклама, PR (зв'язки з громадськістю).	Питання; Групові завдання
2/2	8. Особливості PR-комунікації	Знати структуру, цілі та завдання комунікацій з громадськістю у сучасному суспільстві. Особливості міжнародної ПР-діяльності держав та державних органів. Міжнародні організації та ТНК як суб'єкти ПР-діяльності. Мультикультурне середовище як фактор здійснення PR-комунікації.	Питання; Групові завдання

2/2	9. Світові мас-медіа	Аналізувати компетентнісний підхід до розуміння контенту в мас-медіа. Структура європейської мас-медійної сфери. Саморегулювання діяльності мас-медіа в Європі. Діяльність французького медіаконгломерату "Vivendi SA". Діяльність видавничого концерну ФРН "Bertelsmann". Група провідних європейських медіа-компаній "ProSiebenSat.1". Діяльність каналу "Euronews". Використання медіа-дипломатії для створення позитивного іміджу України у світі.	Питання; Групові завдання
2/2	10. Новітні інформаційні технології у суспільних комунікаціях	Знати особливості інформаційних потоків у сучасному суспільстві. Інформаційна асиметрія в глобальному комунікативному просторі: теоретичні аспекти. Розвиток новітніх інформаційних технологій. Міжнародний ринок інформаційних технологій. Використання інформаційних технологій як "консцієнтальної зброї" у системі сучасних суспільних комунікацій. Причини виникнення інформаційних конфліктів. Інформаційно-комунікативні технології розпалювання міжнародних конфліктів. Інформаційно-психологічна війна Росії проти України.	Питання; Групові завдання

Літературні джерела

1. Годний С.П. Лобізм як форма політичної комунікації. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/.../129>
2. Департамент суспільних комунікацій: URL: https://kyivcity.gov.ua/kyiv_ta_miska_vlada/struktura_150/departament_suspilnykh_komunikatsii.
3. Зернецька О. В. Право на комунікацію в глобалізованому світі. UA Foreign Affairs. 2017. №7. С. 40-44.
4. Зернецька О.В. Глобальна комунікація: монографія. К.: Наукова думка, 2017. 348 с.
5. Інформаційно-комунікаційні технології. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki>.
6. Карпчук Н.П. Міжнародна інформація та суспільні комунікації: навч. посіб. для студ. закл. вищ. освіти. Луцьк, 2018. 514 с.
7. Квіт С. Масові комунікації. URL: <http://textbooks.net.ua/content/category/46/87/52>.
8. Комунікативні технології в PR. URL: http://pidruchniki.com/1494051146654/marketing/komunikativni_tehnologiyi.
9. Комунікативні тренди міжнародних відносин / Макаренко Є.А., Рижков М.М., Піпченко Н.О. та ін. К.: Центр вільної преси, 2016. 614 с.
10. Комунікативні тренди міжнародних відносин: монографія / Макаренко Є.А., Рижков М.М., Піпченко Н.О., Москаленко Т.В., Погорська І.І., Белоусова Н.Б., Кучмій О.П., Сербіна Н.Ф., Сербіна К.Ю., Фролова О.М., Шевченко О.В. К.: Центр вільної преси, 2016. 614 с.
11. Лі Річ. Міфи про PR / пер. з англ. І. Семенюк. - Харків : Вид-во «Ранок»: Фабула, 2020. - 272 с.
12. Негрей М.В., Тужик К.Л. Теорія прийняття рішення: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 271 с.
13. Новохатько Л.М. Проблеми та перспективи формування позитивного міжнародного іміджу України. Зовнішні справи: суспільно-політичний журнал. 2017. № 3. С.30-35.
14. Почепцов Г.Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття; пер. Т. Гуменюк. Київ: КиєвоМогилянська академія, 2017. 257 с.
15. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : навч. посібник. - К. : Центр учбової літератури, 2019. - 202 с. URL <https://textbook.com.ua/marketing/1473450986>

16. Путькалець Л. А., Вишневіська Г. Б. Регіональні мас-медіа в умовах інформаційно-психологічної війни Росії проти України. *Functioning of the Ukrainian media during martial law in Ukraine : Scientific monograph*. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2022. С. 93-107.
17. Комінярська Л., Блашків О. Реформування контенту регіональних філій суспільного телебачення під час повномасштабної російсько-української війни. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2023. Вип. 54. С. 211-218.
18. Романенко Є. О. Система маркетингових комунікацій в механізмах державного управління / Є. О. Романенко, І. В. Чаплай // *Актуальні проблеми економіки*. – 2018. – № 4. – С. 69-78. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2016_4_12_27.
19. Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. й доп. К.: Видавництво «Білий Тигр», 2018. 370 с.
20. Шаповалова А. М. PR та інформаційне суспільство як запорука інтеграційних і глобалізаційних процесів / А. М. Шаповалова // *Інформаційні технології управління екологічною безпекою, природокористуванням, заходами в надзвичайних ситуаціях : Колективна монографія за матеріалами XVII Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 25-26 вересня 2018 р.) / Заг. ред. С. О. Довгого. - К. : ТОВ «Видавництво «Юстон», 2018. - С. 195-197.*
21. Шаповалова А.М. GR, PR та лобізм - нові виклики демократичних інституцій в Україні / А.М. Шаповалова // *Modern education Is pace: the transformation of national models in terms of integration : Conference Proceedings, October 26, 2018 / Leipzig: BaltijaPublishing. - P. 112-114. (Лейпциг, Германия).*
22. Шаповалова А. М. PR та публічне управління в контексті громадянського суспільства / А. М. Шаповалова // *II International Conference «Innovative Technologies in Science and Education. European Experience». November 12-15, 2018. Helsinki, Finland. P. 202-205. / II Міжнародна конференція «Інноваційні технології в науці та освіті. Європейський досвід»: Матеріали. - Дніпро-Гельсінки, 2018. - 484 с.*
23. Шаповалова А. М. PR (паблік рілейшнз) та діяльність громадських, дитячих та молодіжних організацій в Україні /А. М. Шаповалова // *Проблеми модернізації України: [зб. наук. пр.] / МАУП. - К. : ДП «Видавничий дім «Персонал», 2018. - С. 365-367.*
24. Tench, R et al (2017) *Communication Excellence: How to Develop, Manage and Lead Exceptional Communications*, Palgrave Macmillan.
25. Cornelissen, J (2017) *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice (fifth edition)* Sage.

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів і перескладання. Для виконання усіх видів завдань студентами і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів проводиться в установленому порядку.

Політика щодо академічної доброчесності. Списування під час проведення контрольних заходів заборонені. Під час контрольного заходу студент може користуватися лише дозволеними допоміжними матеріалами або засобами, йому забороняється в будь-якій формі обмінюватися інформацією з іншими студентами, використовувати, розповсюджувати, збирати варіанти контрольних завдань.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в дистанційній формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції інституту.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Заліковий модуль 4
20%	20%	20%	40%
Усне опитування під час занять (1-5 теми) - 5 балів за тему макс. 25 балів Модульна контрольна робота (теми 1-5) макс. 75 балів	Усне опитування під час занять (6-10 теми) - 5 балів за тему - макс. 25 балів Модульна контрольна робота (теми 6-10) - макс. 25 балів	Підготовка КПІЗ - макс. 40 балів Захист КПІЗ - макс. 40 балів Участь у тренінгах - макс. 20 балів	Тестові завдання (10 тестів по 2 балів затест) макс. 20 балів Теоретичні питання (2 питання) - по 40 балів - макс. 80 балів

Шкала оцінювання студентів:

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	відмінно	A (відмінно)
85-89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)