



Київський національний університет культури і мистецтв



КАФЕДРА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ І ЖУРНАЛІСТИКИ

Силабус освітньої компоненти

Назва компоненти: **Соціальні комунікації**

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Сторінка компоненти в Moodle:

<https://elearn.knukim.edu.ua/course/view.php?id=3531>

Сторінка компоненти в електронній бібліотеці:

<http://91.217.179.134:9100/libr/DocSearchForm>

Викладач: **Парфенюк Ігор Миколайович**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент (лекції, підсумковий контроль).

Опис освітньої компоненти

Освітня компонента «Соціальні комунікації» є обов'язковою освітньою компонентою навчального плану, яка сприяє підготовці фахівців із високою морально-етичною та психологічною стійкістю в сучасних надскладних умовах інформаційного простору у галузі соціальних комунікацій.

Передумови вивчення освітньої компоненти

Передумов для вивчення освітньої компоненти «Соціальні комунікації» немає. Освітня компонента «Соціальні комунікації» інтегрується в наступні компоненти: «Міжнародні стратегічні комунікації» та слугує основою для вивчення таких компонент: «Корпоративні комунікації», «Практика журналістської діяльності», «Менеджмент», «Ораторське мистецтво», «Психологія», «Міжнародні стратегічні комунікації», «Маркетинг».

Тематичний план освітньої компоненти

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ. МІЖОСОБИСТІСНІ СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА КОМУНІКАЦІЇ В МАЛИХ ГРУПАХ

- 1.1. Соціальні комунікації: сутність і типологія
- 1.2. Міжособистісні соціальні комунікації
- 1.3. Психологічні аспекти міжособистісних комунікацій
- 1.4. Гендерні аспекти міжособистісних комунікацій

1.5. Вікові аспекти міжособистісних комунікацій

1.6. Соціальні комунікації в малих групах

РОЗДІЛ 2. МАСОВІ СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

2.1. Масові соціальні комунікації: основні поняття

2.2. Технології формування громадської думки

2.3. Психологія натовпу

2.4. Мультисенсорні соціальні комунікації

2.5. Бар'єри соціальних комунікацій

2.6. Маніпулятивні впливи під час соціальних комунікацій

РОЗДІЛ 3. СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ

3.1. Комунікації в інтернет-просторі: основні поняття і принципи

3.2. Комунікації в соціальних мережах

3.3. Комунікації у месенджерах

Технічне і програмне забезпечення

Ноутбук або персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для: комунікації та опитувань, виконання домашніх завдань, виконання завдань самостійної роботи; проходження тестування (поточний, рубіжний, підсумковий контроль).

Програмне забезпечення для роботи з освітнім контентом компоненти та виконання передбачених видів освітньої діяльності: стандартні офісні програми (Word, Excel, PowerPoint).

Рекомендовані джерела інформації

Публікації науково-педагогічного працівника за темою освітньої компоненти

1. Парфенюк І.М. Соціальні мережі інтернету як засіб комунікації політичного лідера (на прикладі соцмереж Президента України). *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. Київ : НАКККіМ, 2017. №2. С. 58-65.
2. Парфенюк І.М. Україномовний простір як стратегічний складник в системі захисту держави від інформаційних війн *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. Київ : НАКККіМ, 2019.
3. Парфенюк І. М. Комунікативні стратегії та методи побудови та відновлення довіри. *Творення простору суспільної довіри в Україні XXI столітті*. Київ : ДВНЗ „Університет банківської справи” 2017. 523 с. С.257-260.
4. Парфенюк І.М. Феномен деструктивних інтернет-комунікацій (на прикладі гри «Синій кит»). *International Scientific and Practical Conference «WORLD SCIENCE»*. 2017. №10 (26). 14-17.
5. Парфенюк І. М. Сторітелінг як один із засобів формування іміджу. *«Імідж і репутація: сучасні тенденції і виклики»*: Зб. наук. публікацій Міжнародної науково-практичної конференції. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2021. С. 61-67.

6. Парфенюк І. Протестні комунікації в Білорусі після виборів президента 2020 року: засоби та їх ефективність. Український інформаційний простір. 2021. № 1. С. 222-236.

Основна література

1. Бучацька І. О., Дубовик Т. В. Ділові переговори : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 251 с.
2. Верховод Л. І. Соціологія культури та міжкультурна комунікація: навч.-метод. посіб. для студентів ден. та заоч. навчання спец. "Соціологія". Старобільськ: ДЗ "ЛНУ ім. Тараса Шевченка", 2018. 255 с.
3. Гах Й. М. Етика ділового спілкування : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 160 с.
4. Горовий В. М. Стратегічні комунікації в науково-інформаційному процесі сучасності. *Вісник Національної академії наук України*. 2021. № 3. С. 3-9.
5. Єгорова Т. Д. Ефективна комунікація: публічний виступ : навч. посіб. Київ : НАДУ, 2018. 162 с.
6. Павлова О. Ю., Тормахова А. М. Візуальні практики та комунікація: курс лекцій. Київ : Київський університет, 2018. 223 с.
7. Серов Ю. О., Федущко С. С. Соціальні комунікації в мережі Інтернет: навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. 236 с.
8. Соціальні комунікації: теорія і практика : наук. журн. /наук. ред. О. М. Холод. Т. 1. Київ : МЦД СК «Комтека», 2015. 314 с.
9. Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку : навч. посіб. Київ : Видавництво «Білий Тигр», 2018. 370 с.

Допоміжна література

1. Бакушевич Я. М. Презентації та комунікації в бізнесі з використанням Power Point: навч. посіб. Тернопіль : ТІСІТ, 2007. 174 с.
2. Виходець О. М. Соціальні комунікації персоналу як чинники мотивації. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2012. Вип. 38. С. 164-172.
3. Гусак О. П. Етичні аспекти кризової комунікації. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2012. Вип. 35. С. 188-195.
4. Коваленко О. М. Комунікаційний менеджмент як інструмент взаємодії соціально відповідального бізнесу і соціальної держави. *Актуальні проблеми державного управління*. 2012. № 1. С. 201-207.
5. Крикавський Є. В., Третьякова Л. І., Косар Н. С. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Львів, 2013. 255 с.
6. Мистецтво красномовства, культури спілкування та ділової комунікації : навч. посіб. Чернівці : ЧНУ, 2020. 368 с.
7. Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів / за загал. ред. В. Ф. Іванова. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 99 с.
8. Серих Т. М. Словник-довідник з полікультурної комунікації : навч. посіб. Суми : Ніко, 2019. 150 с.

9. Філіпова Л. Я. Інформаційна парадигма соціальної комунікації (огляд наукових підходів і концепцій). *Вісник Харківської державної академії культури*. 2013. Вип. 39. С. 79-85.
10. Якименко Ю. Соціальні мережі та соціальні рухи. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В.І. Вернадського*. 2012. Вип. 33. С. 524-531.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Бізнес форум : веб-сайт. URL : <http://biznet.kiev.ua> (дата звернення: 27.07.2022).
2. Інтернет-портал для керівників різного рівня у бізнесі, консультантів з питань управління, викладачів університетів та бізнес-шкіл, а також студентів цих закладів : веб-сайт. URL : <http://www.management.com.ua> (дата звернення: 27.07.2022).
3. Інтернет-ресурс про PR, маркетинг та рекламу в Україні. URL : <https://mmr.ua/> (дата звернення: 20.09.2022).
4. Портал для фахівців у сфері комунікацій : веб-сайт. URL : <http://prportal.com.ua/> (дата звернення: 27.07.2022).
5. Портал Міжнародної виставки реклами, маркетингу та мас-медіа REX. URL : <https://rex.ua/> (дата звернення: 20.09.2022).

Політика вивчення освітньої компоненти

Освітня компонента «Соціальні комунікації» передбачає роботу в колективі.

Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в дистанційному (онлайн) режимі за погодженням із керівником курсу, з презентуванням виконаних завдань під час консультації викладача.

Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.

Ліквідація заборгованості відбувається протягом 1 тижня після встановленого терміну. Завдання, які не виконані у встановлений термін, оцінюються викладачем в межах 50% звичайної оцінки.

Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації здобувач вищої освіти повинен вказати джерело, використане під час виконання завдання.

Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 30%.

У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати завдання.

Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування.

Силабус затверджено
на засіданні кафедри зв'язків
з громадськістю і журналістики
від 24 червня 2022 р.,
протокол № 14