**(Ф 21.01 - 03)**

|  |  |
| --- | --- |
| 04_b | **Силлабус навчальної дисципліни****«Соціальні комунікації»****Освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю»****Галузь знань: 06 «Журналістика»****Спеціальність: 061 «Журналістика»** |
| **Рівень вищої освіти** | Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти |
| **Статус дисципліни** | Навчальна дисципліна вибіркового компонента із загальноуніверситетського переліку |
| **Семестр** | 7 (сьомий) |
| **Обсяг дисципліни,** **кредити ЄКТС/години** | 4 кредити / 120 годин |
| **Мова викладання** | українська |
| **Що буде вивчатися (предмет вивчення)** | Теоретичні та прикладні аспекти соціальних комунікацій; роль та місце комунікації в публічному просторі;  типології комунікацій; зарубіжний та вітчизняний досвід використання комунікацій в соціальному просторі; визначення основних напрямків і каналів здійснення комунікацій;  застосування сучасних комунікативних технологій у практичній діяльності спеціаліста з комунікації. |
| **Чому це цікаво/треба вивчати (мета)** | Навчальна дисципліна спрямована на розширення уявлення про особливості комунікативної взаємодії в інформаційному світі, сучасних тенденцій в сфері рекламних комунікацій та піару, розуміння необхідності комунікативної взаємодії для суспільної злагоди. Освоєння практик роботи з інформацією в сучасному світі, впливу на суспільну думку, підвищення довіри суб’єктів комунікації через правильне позиціювання. Важливість інформації публічного характеру для мобілізації аудиторії, формування новинного порядку денного, нових патернів поведінки в суспільстві. |
| **Чому можна навчитися (результати навчання)** | * визначати типи та види інформації;
* розробляти та проводити інформаційні кампанії, інформаціні приводи;
* коректно використовувати джерела інформації для публічного простору;
* працювати на різних комунікативних платформах;
* проводити моніторинг та контент-аналіз інформаційних публікацій;
* розпізнавати неправдиву інформацію, фільтрувати контент.
 |
| **Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)** | У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних компетентностей:* Здатність використання технології соціальних комунікацій в усіх сферах суспільного життя;
* Здатність вивчати та аналізувати інформацію;
* Здатність визначати інструменти роботи із цільовими аудиторіями;
* Здатність використовувати джерела інформації та розпізнавати фейки;
* Визначати способи впливу на громадську думку.
 |
| **Навчальна логістика** | Теорія інформаційного суспільства. Роль та місце соціальних комунікацій у системі комунікативних наукових дисциплін. Особливості функціонування людини і суспільства в інформаційному світі. Види та типи інформації. Компоненти комунікаційного процесу. Важливість публічних комунікацій в сучасному світі. Суб’єкти комунікативних відносин в соціальних комунікаціях: рівень, значення, місце, вплив. Методи роботи в публічному комунікативному просторі. Комунікативні бар’єри та комунікативні деривації. Поняття та ознаки громадськості. Сегментація громадськості та визначення цільових і пріоритетних груп. Громадська думка: визначення, її об‘єкт, суб‘єкт та властивості. Загальні правила роботи із ЗМІ. Робота з джерелами інформації. Способи перевірки неправдивої інформації: спростування та мовчання. Методи комунікативного аналізу: моніторинг, контент-аналіз, робота з даними. **Види занять:** інтерактивні лекції, практичні заняття, самостійна робота.**Методи навчання:** кейс-стаді,соціально-психологічні тренінги,ділові ігри, розробка стратегій, презентацій.**Форми навчання:** денна  |
| **Пререквізити** | Загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти з політології, філософії, соціології вивченні дисциплін «Медіапсихологія», «Медіафілософія», «Комунікативістика», «Нові медіа».  |
| **Пореквізити** | Знання з дисципліни «Соціальні комунікації» можуть бути використані при написанні кваліфікаційної роботи, у практичній діяльності та стати допоміжною при вивчені дисциплін «Паблік рілейшнз», «Соціологія масових комунікацій», «Методика роботи прессекретаря», «Політичний піар», «Реклама та піар у державному управлінні». |
| **Інформаційне забезпечення****з репозитарію та фонду НТБ НАУ** | **Науково-технічна бібліотека НАУ:**1. Владимиров В.М. Проблеми розуміння й інтерпретації в соціальній комунікації: монографія / МОН України, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. – Київ : Київський ун-т, 2014. – 623 с.
2. Залужна А.А. Метапрагматичне усвідомлення – складова міжкультурної комунікації / А.А.Залужна // Соціальні комунікації в інноваційному освітньому просторі: теоретичні та прикладні аспекти. – 2020.
3. Королько В.Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підручник / В. Г. Королько, О. В. Некрасова ; МОН України. - 3-є вид., допов. і перероб. - Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. - 831 с.
4. Лашкіна М.Г. Комунікативні практики взаємодії з громадськістю в структурах Європейського Союзу / М.Г.Лашкіна // Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики: матеріали міжнародної науково-практичної конференції / Факультет міжнародних відносин Національний авіаційний університет; за загальною редакцією Ю.О.Волошина – Київ: Національний авіаційний університет, 2020. – Т.3. – С. 119-124.
5. Лашкіна М.Г.Діяльність галузевих уповноважених з прав людини та інституту Уповноваженого ВР України з прав людини: спільне та відмінне у  висвітлені/ М.Г.Лашкіна **//**Права людини та масмедіа в Україні. Частина 3: Збірник конспектів лекцій / за ред. Виртосу І., Шендеровського К.  Київ : Інститут журналістики, 2021. – 352 с.
6. Матвієнко В.Я. Соціальні технології: навчальний посібник. – Київ: Українські пропілеї, 2001. – 445 с.
7. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика / Почепцов Г.Г. — М. : Альтерпрес, 2008. — 407 с.
8. Різун В.В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / В.В.Різун // Психолінгвістика. – 2012. – Вип. 10. – С. 305 – 314. – URL: https://bit.ly/3r4xoJT
9. Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку : Навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. й доп. – К. : Видавництво «Білий Тигр», 2018. – 370 с. – URL: <https://bit.ly/3G6ADoa>
10. Холод О.М. Семантика терміна «соціальні комунікації»: концептуальні підходи / О.М. Холод // Соціальні комунікації: теорія і практика : наук. Журн. [наук. Ред. О. М. Холод]. – Т. 1. – К. : МЦД СК «Комтека», 2015. – С. 9 – 32.
11. Хейг, Мэт Электронный Public Relations = E-PR. The Essential guide to Public Relations on the Internet / М. Хейг. - Москва : Фаир-Пресс, 2002. - 192 с.

**Репозитарій НАУ:**<https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/16348> |
| **Локація та матеріально-технічне забезпечення** | Аудиторний фонд Факультету міжнародних відносин (7 корпус), навчальні аудиторії Кафедри реклами і зв’язків з громадськістю. |
| **Семестровий контроль, екзаменаційна методика** | Залік, тест |
| **Кафедра** | Кафедра реклами і зв’язків з громадськістю |
| **Факультет** | Факультет міжнародних відносин |
| **Викладач(і)** |  **Посада:** доцент кафедри реклами і зв’язків з громадськістю**Науковий ступінь:** кандидат наук з державного управління**Освіта:**вища**Спеціальність:** педагогіка, практична психологія, державне управління**Кваліфікація*:*** викладач, практичний психолог, магістр державного управління<https://bit.ly/3eihUZg> <http://www.lib.nau.edu.ua/naukpraci/teacher.php?id=11764> <https://scholar.google.com/citations?user=tHDaQT8AAAAJ&hl=ru>**Тел.: (**044) 406-68-09**E-mail:** mariia.lashkina@npp.nau.edu.ua**Робоче місце:** 7.217 |
| **Оригінальність навчальної дисципліни** | За аналогією курсу «Соціальні комунікації» Божук Л.В. |
| **Лінк на дисципліну** | Дисципліна нова, ще не викладалась на кафедрі реклами і зв’язків з громадськістю. |

Розробник Лашкіна М.Г.