**(Ф 21.01 – 03)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 04_b | **Силабус навчальної дисципліни**  **«Соціологія масових комунікацій»**  **Освітньо-професійна програма «Реклама і зв’язки з громадськістю»**  **Галузь знань 06 «Журналістика»**  **Спеціальність 061 «Журналістика»** | |
| **Рівень вищої освіти**  (перший (бакалаврський), другий (магістерський) | Перший бакалаврський рівень вищої освіти | |
| **Статус дисципліни** | Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП | |
| **Курс** | 2 (другий) | |
| **Семестр** | 3 (третій) | |
| **Обсяг дисципліни,**  **кредити ЄКТС/години** | 4 кредити / 120 годин | |
| **Мова викладання** | Українська | |
| **Що буде вивчатися (предмет вивчення)** | Предметом вивчення цього курсу є особливості функціонування масових комунікацій як соціального інституту: від теоретичних концепцій до прагматичного втілення різноманітних парадигм. | |
| **Чому це цікаво/треба вивчати (мета)** | Навчальна дисципліна спрямована на формування всебічно розвиненої особистості для ефективної професійної діяльності у сучасних умовах глобалізації з метою підвищення ефективності співпраці.  Мета викладання дисципліни полягає в формуванні у студентів знань про масові комунікації як соціальний інститут і вид соціальної діяльності, механізми комунікації індивідів епохи інформації, сучасні засоби масової комунікації, навички дослідницької роботи, а також компетенції, що забезпечують готовність студентів застосовувати отримані знання, вміння та особистісні якості в стандартних і мінливих ситуаціях професійноії діяльності. Cформувати у студентів комплексне уявлення про основні соціокультурні підтексти комунікаційних процесів через призму найвідоміших теорій масової комунікації. Сприяти розумінню актуальних тенденцій, пов’язаних із мас-медійним поступом з урахуванням історичного минулого та критичного осмислення всіх процесів і явищ сучасних комунікаційних проявів. | |
| **Чому можна навчитися (результати навчання)** | Студенти зможуть:  **-** аналізувати аудиторію ЗМІ та встановлювати її риси;  - використовувати отримані знання і компетенції у майбутній професійній діяльності;  - досліджувати різноманітні ситуації у масово-комунікаційній діяльності за допомогою специфічних методів та прийомів;  - володіти методами і прийомами експертизи масово-комунікаційної діяльності; -  - інтерпретувати явища комунікативного процесу у контексті моделей масової комунікації;  - підбирати відповідні засоби збору та обробки соціологічної інформації у контексті масової комунікації;  - ефективно спілкуватися в колективі, науково-навчальній, соціально-культурній та офіційно-ділових сферах;  - виступати перед аудиторією, брати участь у дискусіях, обстовати власну думку. | |
| **Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)** | У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних компетентностей:   * здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях; * знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності; * здатність спілкуватися державною мовою. * здатність формувати інформаційний контент; * здатність працювати в команді. | |
| **Навчальна логістика** | **Зміст дисципліни:**  Вступ. Соціологія масових комунікацій як галузь соціологічного знання. Актуальність соціологічного вивчення комунікації в сучасному світі. Об’єкт і предмет соціології масових комунікацій. Етапи в дослідженнях розвитку комунікації. Поняття і типи, функції комунікації. Інформаційна і комунікаційна інфраструктура: необхідний фундамент інформаційного суспільства. Моделі взаємодії ЗМІ і держави. Поняття медіасистеми. Поняття мас-медіа та їх впливу на політичні системи; Структура і елементи системи мас- медіа. Зміст масової комунікації. Система масової комунікації як взаємодія. Роль інформації у функціонуванні політичної системи. Актуальні питання законодавчого забезпечення інформаційної сфери України та зарубіжних країн. Соціальні інститути масової комунікації (видавці). Соціальні організації масової комунікації (комутатор). Соціальні спільноти та групи масової комунікації. Стадії масової комунікації як процесу. Поняття «засоби масової інформації». Етапи еволюції ЗМІ. Загальні особливості ЗМІ.  **Види занять:** лекції, практичні заняття, самостійна робота.  **Методи навчання:** навчальні дискусії, пояснювально-ілюстративний метод, аналіз праць теоретиків соціології масових комунікацій, мозкова атака, підготовка есе тощо.  **Форми навчання:** денна | |
| **Пререквізити** | «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Вступ до спеціальності», «Основи наукових досліджень». | |
| **Пореквізити** | «Філософія», «Політологія», «Соціальна реклама». Знання з дисципліни можуть бути використані при написанні кваліфікаційних робіт. | |
| **Інформаційне забезпечення**  **з репозитарію та фонду НТБ НАУ** | **Навчальна та наукова література:**  1.Ороховська Л.А. Мас-медіа в культурі нового часу. Вісник Національного авіаційного університету: збірник наукових праць/ МОН МС України, Національний авіаційний університет; Дротянко Л.Г., ред. – Київ, 2012. – No 1 (15). – С. 123-127. 2.Ороховська Л.А. Мас-медіа як складова людської комунікації. Вісник Національного авіаційного університету: збірник наукових праць/ МОН МС України; Національний авіаційний університет; Дротянко Л.Г., ред. – Київ, 2011. – No 1 (13). – С. 135-138.  3.Галлін Д., Манчіні П. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики. К.: Наука, 2008. – 320 с. 4. Браймен А., Белл Е*.*Методи соціальних длсліджень*.* Групи, організації та бізнес /Пер. з англ. – X.: Вид-во Гуманітарний Центр, 2012. – 776 с.  6. Лубкович І. М. Соціологія і журналістика: Підручник. – Львів: ПА1С, 2005. – 176 с.  7. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook) / за заг. ред. К. Г. Сіріньок-Долгарьової. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 156 с.  **Репозитарій НАУ:**  *https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/42874* | |
| **Локація та матеріально-технічне забезпечення** | Аудиторний фонд Факультету міжнародних відносин НАУ (7 корпус) | |
| **Семестровий контроль, екзаменаційна методика** | Диференційований залік | |
| **Кафедра** | Кафедра реклами та зв’язків з громадськістю | |
| **Факультет** | Факультет міжнародних відносин | |
| **Викладач** |  | **ПІБ викладача**  **Маєвська Марина Миколаївна**  **Посада: доцент кафедри реклами і зв’язків з громадськістю ФМВ**  **Науковий ступінь: кандидат філософських наук**  **Вчене звання:**  **Профайл викладача:**  <http://fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_rzg/професорсько-викладацький-склад/>  **Тел.:** 68-09  **E-mail:** [maryna.maievska@npp.nau.edu.ua](mailto:maryna.maievska@npp.nau.edu.ua)  **Робоче місце:**7. 216 |
| **Оригінальність навчальної дисципліни** | Авторський курс | |
| **Лінк на дисципліну** | Код доступу Google клас | |

Розробник Маєвська М. М.