

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

СУСПІЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

**Методичні рекомендації
до практичних завдань
для студентів спеціальності
291 "Міжнародні відносини,
суспільні комунікації та регіональні студії"
першого (бакалаврського) рівня**

**Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2021**

УДК 316.77(07.034)

C90

Укладач О. В. Гронь

Затверджено на засіданні кафедри міжнародного бізнесу та економічного аналізу.

Протокол № 5 від 17.11.2020 р.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Суспільні комунікації [Електронний ресурс] : методичні рекомендації до практичних завдань для студентів спеціальності С90 291 "Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії" першого (бакалаврського) рівня / уклад. О. В. Гронь. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. – 30 с.

Подано перелік тем навчальної дисципліни та відповідні літературні джерела, практичні завдання і методичні рекомендації щодо їх виконання, питання для самодіагностики. Методичні матеріали сприятимуть набуттю майбутніми фахівцями професійних комунікативних компетентностей, soft skills і досягненню запланованих освітньо-професійною програмою спеціальності результатів навчання.

Рекомендовано для студентів спеціальності 291 "Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії" першого (бакалаврського) рівня.

УДК 316.77(07.034)

© Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, 2021

Вступ

У сучасних умовах фахівці будь-якої сфери діяльності, виконуючи службові обов'язки, залучені до комунікації, а у сфері міжнародних відносин вміння та навички комунікації є особливо важливими. Фахівець з міжнародних відносин повинен володіти навичками як ефективного міжособистісного спілкування, так і знаннями щодо комунікаційних та інформаційних процесів у суспільстві, знати особливості міжнародної та міжкультурної комунікації. Знання моделей та типів комунікації, видів масової комунікації допоможе досягти консенсусу між окремими особистостями, різними соціальними групами, масовими сукупностями, що мають різний рівень інформованості, поведінку, комунікативні навички. Для того, щоб бути затребуваними на ринку праці, майбутнім фахівцям необхідно знати моделі і теорії, що пояснюють різні комунікації (міжособистісні, масові й організаційні), а також вміти на практиці використовувати знання для розуміння нових комунікаційних технологій мас-медіа, для ефективного ділового і неформального спілкування.

Навчальна дисципліна "Суспільні комунікації" є базовою навчальною дисципліною та вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня спеціальності 291 "Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії".

Основними завданнями вивчення дисципліни "Суспільні комунікації" є:

отримання знань щодо понятійного апарату й основних моделей суспільних комунікацій;

опанування навичок ефективної комунікації і вмінь щодо їх застосування залежно від ситуації;

розуміння діалогічного характеру суспільних комунікацій та етичних обмежень, що накладаються на суб'єкта даної діяльності;

отримання знань щодо особливостей міжнародної та міжкультурної комунікації.

У ході виконання практичних завдань студенти: навчаються застосовувати знання теорії комунікації у практичних ситуаціях; оволодівають вміннями й навичками встановлення та підтримання контактів у різних сферах і ситуаціях взаємодії; переконливо викладати свої думки різноманітними техніками ефективної комунікації; засвоюють норми етичної поведінки в сфері міжнародних відносин і в різних ситуаціях спілкування; вдосконалюють вміння і навички дискусії, використовуючи різні способи аргументації і презентації своєї думки; удосконалюють вміння вести діалог із співрозмовниками, дотримуючись правил мовленнєвого етикету.

Змістовий модуль 1. Основи теорії суспільних комунікацій

Тема 1. Поняття комунікації і соціальної комунікації

1.1. Багатозначність поняття "комунікація".

1.2. Комунікація та її функції у суспільстві.

1.3. Поняття соціальної комунікації.

1.4. Комунікація як соціокультурна взаємодія між людьми за допомогою знаків.

1.5. Основні концептуальні підходи до вивчення соціальної комунікації в сучасній теорії комунікації.

Рекомендована література: основна: [1; 2; 7 – 10].

Завдання 1

Фахівці з комунікації виокремлюють певні закони-умови успішної комунікації. Розгляньте ці умови та наведіть приклади та пояснення щодо існування цих законів.

Методичні рекомендації до виконання завдання 1

Закони-умови комунікації, що забезпечують інформаційний обмін:

1) має бути щонайменше двох сторін-учасників комунікативної взаємодії;

2) будь-яка комунікація заснована на принципі зворотного зв'язку;

3) будь-яка комунікація має знаковий характер;

4) для здійснення комунікації необхідна наявність для передавача та отримувача інформації спільної системи знаків або правил приймання, передавання, кодування та декодування інформації;

5) комунікація можлива у разі неспівпадіння інформаційних потенціалів взаємодіючих систем (закон гетерогенності комунікативних систем).

Завдання 2

Складіть список основних рис сучасної комунікаційної системи, виокремивши серед них ті, які ми "успадковуємо" з попередніх систем комунікації, і ті, які є принципово новими для нинішньої епохи.

Методичні рекомендації до виконання завдання 2

Суспільна комунікаційна система – це структурована (впорядкована певним чином) сукупність комунікантів, реципієнтів, смислових повідомлень, комунікаційних каналів і служб, які мають матеріально-технічні ресурси і професійні кадри;

- частина упредмеченої культури, що забезпечує рух культурних смислів у соціальному просторі і часі;
- матеріалізована комунікаційна культура в різні історичні епохи.

Тема 2. Еволюції соціальної комунікації і комунікаційні революції

2.1. Комунікація в природі і суспільстві.

2.2. Історичні віхи виникнення і розвитку комунікації у суспільстві.

2.3. "Комунікаційні революції".

2.4. Еволюція інформаційно-комунікативних систем та зміна історичних епох.

2.5. Основні закономірності розвитку соціальної комунікації.

Рекомендована література: основна: [1; 2; 7 – 10], додаткова: [19].

Завдання 3

Охарактеризуйте основні етапи в розвитку соціальної комунікації (у вигляді табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика етапів суспільної комунікаційної системи

Назва етапу комунікаційної системи	Види комунікаційних каналів	Хронологічні рамки	Основні риси етапу	Основні проблеми етапу
1. Общинний				
2. Рукописний				
3. Мануфактурний				
4. Індустріальний				
5. Мультимедійний				

Методичні рекомендації до виконання завдання 3

Основні характерні риси суспільних комунікаційних системи наведено у лекції 2.

Тема 3. Комунікативний процес і його структура. Основні моделі комунікативного процесу і їх характеристика

- 3.1. Структура комунікативного акту і її "складові".
- 3.2. Структура і моделі комунікативного процесу.
- 3.3. Еволюція комунікативних моделей.
- 3.4. Базові елементи комунікативного процесу.

Рекомендована література: основна: [1; 6; 9 – 11].

Завдання 4

Проаналізувавши відомі вам моделі комунікації, запропонуйте власну модель, яка б найбільш повно розкривала процес комунікації у суспільстві. Схему запишіть і поясніть усі елементи комунікаційного процесу.

Розгляньте можливість застосування складеної схеми в сфері міжнародних відносин, чи є необхідність внести до неї певні зміни.

Методичні рекомендації до виконання завдання 4

Модель комунікації як процесу наведено на рис. 1. У рамках моделі виокремлюють такі основні складові елементи: відправник повідомлення, кодування, повідомлення, отримувач повідомлення, декодування, зворотний зв'язок, шуми.

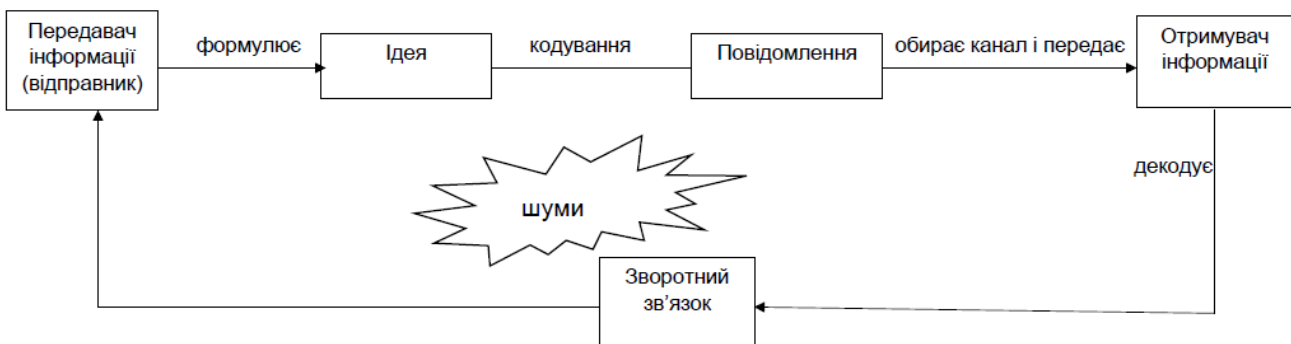


Рис. 1. Модель комунікації як процесу

Завдання 5

Надайте характеристику різним моделям комунікації (табл. 2).

Таблиця 2

Характеристика моделей комунікації

Назви моделей комунікації	Характеристика моделей	Переваги/недоліки моделей
1. Модель Шеннона-Уівера		
2. Циркулярна модель комунікації		
3. Модель двоступеневої комунікації		
4. Модель Лассуела		

Методичні рекомендації до виконання завдання 5

Характеристику моделей комунікацій наведено у лекції 3.

Завдання 6

Використовуючи прийоми активного слухання, дізнайтеся у одногрупників відповіді на такі запитання:

1. Чому він/вона обрав для вступу саме ХНЕУ ім. С. Кузнеця та саме цю спеціальність?
 2. Хто допомагав їм під час вибору цієї спеціальності?
 3. З яких джерел вони отримали інформацію про університет?
 4. Які ще варіанти спеціальностей ВНЗ розглядалися у процесі вибору?
 5. Хто вплинув на прийняття остаточного рішення?
 6. Задоволені вони своїм вибором, чи є розчарування?
- Оформіть результати своєї розмови у вигляді звіту.

Методичні рекомендації до виконання завдання 6

Прийоми активного слухання

• Відкриті питання

Ставлячи відкриті запитання, можна отримати від співрозмовника максимально детальну інформацію та прояснити його потреби. Відкриті запитання починаються зі слів "що", "як", "чому", "який" і т. д. Це спонукає

співрозмовника давати розгорнуті відповіді (на відміну від закритих запитань, на які можна отримати лише однозначну відповідь: "так", "ні").

- *З'ясування, уточнення*

Цей прийом допомагає уточнити, чи правильно було зрозуміло інформацію, прояснити деталі питання. Слід просто просити співрозмовника прояснити моменти, які є важливими.

Приклади.

Я не зрозумів; повторіть ще раз ...; що ви маєте на увазі? Чи не могли б Ви пояснити? Розкажіть, будь ласка, детальніше про ...; Ви могли б уточнити, що означає для вас ...; я правильно Вас розумію, Ви говорите про ...

- *Емпатія*

Емпатія, або відображення емоцій, – це встановлення контакту з клієнтом на емоційному рівні. Прийом дозволяє створити атмосферу довірливого спілкування і показати повагу до почуттів співрозмовника.

Приклади.

Я розумію Ваші почуття і можу допомогти Вам. Я бачу, що Ви сумніваєтеся. Схоже, для Вас це важлива подія.

- *Перефразовування*

Перефразовування дозволяє краще зрозуміти думку співрозмовника, прояснити інформацію з окремих питань, перевести розмову в потрібне русло.

Приклади.

Інакше кажучи, Ви вважаєте, що ... Ви маєте на увазі ... Тобто, Ви говорите про ... Мені здається, що Ви відчуваєте ...

- *Ехо*

Цей прийом полягає в дослівному повторенні фраз, які вимовив співрозмовник. Він допомагає прояснити інформацію від співрозмовника і акцентувати увагу на окремих деталях розмови.

- *Логічний наслідок*

Сутність прийому у виокремленні логічного наслідку з висловлювань співрозмовника. Призначення його таке ж, як і у попереднього – прояснити інформацію і виокремити деталі. Також прийом можна використовувати як зв'язку перед переходом до презентації.

Приклади.

Якщо виходити з Ваших слів, то ... Я правильно Вас розумію, Вам потрібно ...

• *Резюме*

На завершення бесіди Ви підводите підсумки і резюмуєте домовленості. Прийом дозволяє узагальнити і прояснити важливі питання, порушені в бесіді, закріпити домовленості і перейти до наступного етапу переговорів – укладення угоди.

Приклади.

Підводячи підсумки нашої зустрічі, можемо домовитися про ... Отже, ми з вами з'ясували, що для Вас важливі такі критерії ... Узагальнюючи те, що Ви сказали, можна зробити висновок ...

Тема 4. Проблема типології соціальної комунікації

4.1. Рівні, види і форми комунікації.

4.2. Міжособистісна комунікація.

4.3. Публічна, масова комунікація.

4.4. Вербальна (мовна) та невербальна комунікації.

4.5. Міжнародна комунікація.

Рекомендована література: основна: [1; 2; 7 – 9], додаткова: [17; 18].

Завдання 7

У комунікативному просторі сучасного університету подано взаємодію представників різних соціальних груп (викладачі, студенти, працівники, адміністративний персонал та інші).

Покажіть, яким чином здійснюються комунікація по вертикалі і по горизонталі в вашому навчальному закладі.

Методичні рекомендації до виконання завдання 7

За вертикальними каналами комунікації ("зверху вниз") передається інформація, необхідна, по-перше, для здійснення тієї чи іншої виробничої (в широкому сенсі слова) діяльності: випуску будь-якої продукції, послуг тощо, по-друге, для цілей зворотного зв'язку, щоб повідомити тому або іншому робітнику про ступінь успішності його трудової діяльності (і для корекції в разі необхідності); по-третє, для забезпечення мотивації цієї діяльності, для підвищення ступеня задоволеності нею.

За вертикальними каналами комунікації "знизу вгору" встановлюється зворотний зв'язок між керівниками і підлеглими. До складу інформації, яка надсилається "вгору", належать: відповідні звіти членів організації

про виконання своїх завдань; думки і пропозиції, що стосуються їх роботи; скарги і прохання про допомогу різного роду (в тому числі питання з метою отримання необхідної інформації).

На горизонтальному рівні здійснюється комунікація між людьми, рівними за своїм посадовим рангом. Ці комунікації слугують цілям координації дій людей у межах однієї і тієї ж робочої групи. Частина горизонтальних комунікацій в організації слугує цілям координації діяльності декількох офіційних груп (підрозділів).

Завдання 8

Проведіть уявну телефонну розмову з секретарем фірми, де ви хотіли б пройти практику.

Яким буде оптимальний час для дзвінка? Яку б структуру комунікації ви б обрали.

Методичні рекомендації до виконання завдання 8

Однією з форм ділової комунікації є спілкування телефоном, яке має свою структуру:

- взаємні вітання та представлення (20 – 25 секунд);
- введення співрозмовника в курс справи (40 – 45 секунд);
- обговорення ситуації (2 хвилини);
- заключне слово.

Завдання 9

Дайте характеристику основних типів груп. До якого типу належить група, в якій ви навчаєтеся? Поясніть, які процеси мали місце під час становлення вашої студентської групи. Яка стадія є, на вашу думку, найбільш важкою і чому? На якій стадії знаходиться комунікативний процес у вашій групі?

Методичні рекомендації до виконання завдання 9

На думку американського психолога Б. Такмана, комунікативні процеси в становленні групи проходять такі стадії:

- формування групи (виокремлення лідера, правил спілкування);
- протесту (конфлікт індивідів, неприйняття лідера і його установок);
- установлення норм (взаємне "підлаштовування" членів групи);
- співробітництва (подолання міжособистісних непорозумінь, вирішення спільних завдань).

Тема 5. Бар'єри комунікації

5.1. Поняття і типологія бар'єрів комунікації.

5.2. Основні чинники й умови, що забезпечують ефективність міжособистісної і ділової комунікації.

5.3. Емоціональні джерела конфліктів у комунікації.

5.4. Основні позиції комунікатора: відкрита, відсторонена, закрита.

Рекомендована література: основна: [1; 2; 7; 12; 13]; додаткова: [20].

Завдання 10

Проаналізуйте наведений уривок з оповідання Остапа Вишні, чи порушені в даному діалозі максими П. Грайса і Дж. Ліча. Назвіть, які саме?

"Щоб зварити качку, найперше й найголовніше її треба обскубити.

– Уже обскуб! Мамо, зваріть супу!

Дуже це смачно у мамів виходить.

Коли дружина чи мама, охнувши, кине вам:

– Та це ж курка, а не качка! – ви авторитетно заявіть:

– Це – качка. Тепер усі такі качки пішли. Яровизовані ...

– А чому в неї горло перерізане?

– Чому? Чому? Все вам так ото цікаво знати. Летіла, побачила, що націляюсь, виходу не було, взяла й ... зарізалась. Що ж тут дивного?! Варіть уже, прошу вас!"

Завдання 11

Пригадайте максими Дж. Ліча і П. Грайса. Співвіднесіть їх із наведеними далі висловлюваннями (табл. 3). Свій вибір обґрунтуйте.

Таблиця 3

Максими Дж. Ліча і П. Грайса

Максими П. Грайса	Максими Дж. Ліча
1	2
• висловлювання повинно містити стільки інформації, скільки необхідно для реалізації конкретної мети комунікації	• не судіть і вас ніхто не засудить
• інформація повинна бути достовірною (не озвучуйте неправдивих даних або відомостей, в істинності яких ви не впевнені)	• не будьте зарозумілими, а будьте об'єктивним, коли вам роблять компліменти

1	2
• висловлювання повинно відповідати предмету розмови	• демонструйте свою доброзичливість
• уникай незрозумілості, двозначності, багатослів'я	• відмовтеся від конфлікту заради досягнення

Методичні рекомендації до виконання завдання 10 і 11

Комунікативний кодекс є системою принципів (основних правил діяльності), що регулюють поведінку комунікантів у ході комунікаційного акту. Серед них принцип кооперації (*cooperative principle*), розроблений П. Грайсом. Він є єдністю чотирьох максим, які визначають внесок учасників в об'єднуючу їх мовну ситуацію. Принципи стали називати максимами через те, що вони формуються у вигляді алгоритмів, загальних правил-інструкцій: у ситуації X поведься таким-то чином.

Чотири максими, досягнення яких сприяє повному дотриманню принципу:

1. Максима якості інформації: не говори того, що вважаєш хибним; не говори того, в чому сумніваєшся, для доказу чого немає вичерпних аргументів.

2. Максима кількості інформації: викладай не менше інформації, ніж потрібно; викладай не більш інформації, ніж потрібно.

3. Максима релевантності: не відходь від теми.

4. Максима ясності: будь послідовним; уникай неясності; уникай двозначності; будь короткослівним; будь систематичним.

Дж. Ліч уточнює свої принципи і виокремлює 6 максим:

Максима такту (*tact maxim*): зменшуйте витрати слухача, збільшуйте вигоду слухача (метамаксима: не ставте інших в ситуацію, коли вони змушені порушити максимум такту).

Максима великодушності (*generosity maxim*): зменшуйте власну вигоду, збільшуйте вигоду слухача.

Максима схвалення (*approbation maxim*): зменшуйте засудження (осуд) слухача, більше хваліть.

Максима скромності (*modesty maxim*): менше хваліть себе, більше засуджуйте себе.

Максима згоди (*agreement maxim*): зменшуйте розбіжності між вами і співрозмовниками, збільшуйте згоду.

Максима симпатії (*sympathy maxim*): Зменшуйте антипатію між вами і співрозмовниками, збільшуйте симпатію.

Завдання 12

Прокоментуйте ситуацію обміну інформацією і поясніть, чому відправлене закодоване повідомлення не досягло мети адресанта.

Коли перський цар Дарій I вторгся до Скіфії у 512 р. до н. е., то він отримав від скіфів дивне повідомлення. На шматку шкіри були зображені миша, жаба, птиця і сім стріл.

Поміркувавши, Дарій I звернувся до своїх воїнів і отримав таке тлумачення повідомлення: "Скіфи пишуть, що це їхня земля (миша) і ріки (жаба), але вони настільки бояться могутності перської армії, що хотіли б полетіти (птахи) у далечінь. Оскільки це неможливо, то вони згодні здатися, щоб не випробувати на своїй шкірі нашу зброю (стріли)".

У ту ж ніч скіфи напали на персів і вщент розбили їх. Після цієї битви Дарій I дізнався справжній сенс послання: "Перси, якщо ви не здатні перетворитися на птахів і полетіти, якщо ви не можете стати польовими мишами та заховатися у землі або якщо ви не встигнете надіти жаб'ячу шкіру і сховатися в болоті, то ви будете вражені нашими стрілами".

Методичні рекомендації до виконання завдання 12

Перш ніж передати повідомлення, відправник повинен за допомогою символів закодувати ідею, використавши для цього слова, інтонації та жести. Таке кодування перетворює ідею в повідомлення.

Одержавши повідомлення, необхідно зрозуміти його. Декодування – це процес розшифрування символів відправника мовою одержувача.

На ефективність і характер сприйняття повідомлення одержувачем впливають такі чинники:

- знання одержувача про тему повідомлення;
- вірогідність того, що одержувач сприймає і повідомлення, і відправника відповідним чином;
- досвід спілкування відправника з одержувачем;
- уміння слухати і забезпечувати зворотний зв'язок з відправником.

Якщо символи, обрані відправником, мають аналогічне значення для одержувача, він знатиме, що саме мав на увазі відправник, коли формулював свою ідею. У такому разі можна вважати, що комунікація була ефективною і досягла своєї цілі.

Змістовий модуль 2. Прикладні аспекти соціальної комунікації

Тема 6. Комунікації в організаціях

6.1. Сутність організації та специфіка ділової комунікацій.

6.2. Форми організаційних комунікацій. Горизонтальні та вертикальні комунікації.

6.3. Комунікаційні мережі. Неформальна комунікація.

6.4. Письмова та усна ділова комунікація.

6.5. Визначення стейкхолдерів організації.

Рекомендована література: основна: [1; 2; 5; 6]; додаткова: [15; 19].

Завдання 13

Перегляньте рис. 2. Які типи комунікаційних мереж зображено на рисунку? Які фактори впливають на вибір типу комунікаційних мереж? Для вирішення якого типу завдань застосовуються комунікаційні мережі, зображені на рисунку. Які ще типи комунікаційних мереж ви знаєте?

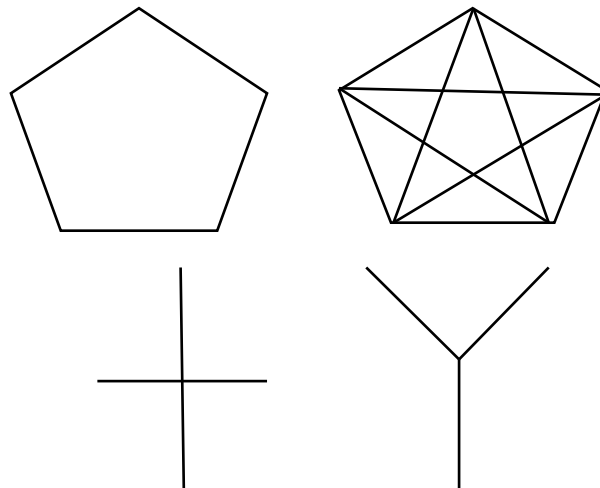


Рис. 2. Конфігурація комунікаційних мереж в організації

Методичні рекомендації до виконання завдання 13

У теорії управління організаціями розрізняють п'ять базових типів комунікаційних мереж: ланцюгова мережа; Y-мережа; розкладена мережа; кільцева мережа; мережа повного взаємозв'язку (багатоканальна). Вибір типу комунікаційної мережі залежить від цілей, які ставить перед собою

менеджер. Оцінювання ефективності мереж здійснюється залежно від необхідної швидкості передавання і точності повідомлення, наявності лідера і морального стану підлеглих.

Завдання 14

Назвіть переваги та недоліки письмової та усної комунікації в організаціях. Відповідь оформіть у табл. 4.

Таблиця 4

Переваги та недоліки письмової та усної комунікації

Письмова комунікація		Усна комунікація	
Переваги	Недоліки	Переваги	Недоліки

У яких випадках у діловій комунікації доцільно використовувати письмові комунікації, а в яких – усні. Наведіть приклади.

Методичні рекомендації до виконання завдання 14

Усна комунікація – найпоширеніший метод обміну інформацією між людьми. До популярних форм усної комунікації належать: промови, групові дискусії, розмови телефоном, розповідження чуток тощо.

Перевагами усної комунікації є:

- 1) швидкість обміну інформацією;
- 2) гарний зворотний зв'язок завдяки безпосередньому контакту (можливість поставити запитання, уточнити повідомлення, виявити згоду чи незгоду тощо);
- 3) простота здійснення комунікації.

До недоліків усної комунікації належать:

- 1) використання для повідомлення недостатньо точних, неадекватних, не підходящих слів;
- 2) можливість пропустити у повідомленні суттєві деталі;
- 3) велика ймовірність забування почутої слухачем інформації;
- 4) викривлення повідомлення під час його передавання другій, третій і так далі особі.

Формами письмової комунікації є: накази, розпорядження, листи, звіти і багато інших засобів комунікації, які використовують письмові символи.

Переваги письмової комунікації: 1) письмова інформація є незмінною впродовж тривалого часу, є такою, що може зберігатися; 2) письмова інформація є відчутною (на дотик), помітною; 3) письмова інформація піддається перевірці; 4) письмова інформація, як правило, ретельно сформульована, глибоко обміркована, є логічною і точною.

Письмові комунікації використовують, перш за все, у випадках, коли потрібно найточніше передати зміст складної та об'ємної інформації.

Тема 7. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз)

7.1. Поняття громадськості. Громадська думка.

7.2. Паблік рилейшнз. Роль ПР-фахівця.

7.3. Паблік рилейшнз – відмінності від реклами, журналістики, пропаганди.

7.4. Моделі комунікацій Грюніга.

7.5. Планування програми з паблік рилейшнз. Інструменти ПР.

7.6. Поняття іміджу. Імідж держави у міжнародних відносинах.

Рекомендована література: основна: [1; 3; 9; 12], додаткова: [14].

Завдання 15

Підготуйте варіанти доповіді на прес-конференції за темою: "Звіт голови Харківської обласної адміністрації щодо використання кредитів на викиди".

Україна в 2016 році ратифікувала Паризьку хартію з боротьби з глобальною зміною клімату, яка прийшла на зміну Кіотському протоколу. Країни-учасниці Паризької угоди повинні не допустити підвищення середньої температури на планеті більш ніж на 2 градуси за Цельсієм. А щодо угоди про Асоціацію з ЄС Україна також повинна ввести торгівлю парниковими газами. Поки Україна поставила за мету скоротити викиди на 40 % від рівня 1990 року.

У Міністерстві екології вже розробили план заходів для виконання концепції, тепер його повинен прийняти Кабмін.

За угодою з ЄС країна також повинна ввести внутрішню систему торгівлі парниковими викидами. Для цього Україні потрібно розробити

план розподілу квот і впровадити дозвіл на викиди парникових газів. Але, перш ніж будуть працювати квоти, потрібно зібрати точні дані, скільки промислові підприємства викидають CO₂.

Оберіть один із можливих варіантів вирішення даної ситуації.

Запропонуйте свої варіанти виступу голови Харківської обласної адміністрації, озвучте своє рішення, аргументуйте правильність свого рішення з точки зору адміністрації міста, зробіть оцінювання фактів.

Методичні рекомендації до виконання завдання 15

Структура виступу.

Привітання.

Подяка присутнім за увагу до такої важливої проблеми.

Необхідно продумати форми словесного вираження думки, які забезпечать точність та адекватність її сприйняття. Це можуть бути знайомі афоризми, прислів'я, які тематично доречні.

Прийоми, які можна використовувати:

Приєм співучасті. "Візьмемо, наприклад ...", "Подивимося ...";
"Уявіть собі, що ви ...".

Приєм навіювання – через ідентифікацію (апеляція до спільності професійних, соціальних інтересів як основи схожих мотивів, реакцій):
"Кожен з нас зіштовхується з ..."

Прийоми очікування:

- прийом відсунутого пояснення, коли названий факт або перераховані закономірності, але пояснення їх дається не відразу (інтерес збуджений, слухач чекає продовження, а відповідь відсувається);
- вказівка на можливість вибору з декількох пояснень, рішень: "може так, а може ...?"; "Чи є однозначне пояснення?".

Особливо важливо використовувати прийом привернення уваги на початку промови. Це може бути:

- парадоксальне формулювання теми;
- посилення на авторитети;
- навмисна (несподівана для слухачів) зміна стилю.

Ряд прийомів, які можуть використовуватися на етапі вступу.

Цікавий факт. Приєм полягає в формуванні інтересу аудиторії до виступу через залучення її уваги до цікавого факту, що має пряме відношення до теми: "Чи знаєте ви, що ..." або "Чи замислювалися ви коли-небудь над тим, що ..." і т. д.

Презентація виступу. В цьому випадку виступаючий презентує структуру і регламент свого виступу. Це може бути позначення основної теми виступу і формулювання "правил взаємодії". Наприклад: "У мене є двадцять хвилин, щоб розповісти вам про ... У процесі виступу я позначу проблему, а потім сформулюю пропозиції. Якщо у вас в ході мого виступу з'являться питання, то, будь ласка, запишіть їх, щоб задати після закінчення виступу".

Питання або ланцюжок питань. На цьому етапі корисно задавати питання, які потребують вербальної відповіді.

Жарт, анекдот – повинні бути обов'язково привабливими і викликати позитивне ставлення (посмішку, сміх).

Комплімент аудиторії – повинен бути коротким, щирим, недвозначним.

Тема 8. Масова комунікація: особливості, основні види, соціальні функції

8.1. Сутність та основні умови масової комунікації.

8.2. Масова комунікація і аудиторія.

8.3. Основні соціальні функції масової комунікації.

8.4. Основні теорії вивчення масової комунікації.

8.5. Основні види масової комунікації.

8.6. Основні моделі масової комунікації.

8.7. Новітні засоби масової комунікації.

Рекомендована література: основна: [1; 3; 9; 11]; додаткова: [14; 17; 19].

Завдання 16

Проаналізуйте 2 – 3 рекламних телевізійних ролики, визначте, чому повідомлення сприймається як цінне, інформативне. Чи завжди це відбувається? Зверніть увагу на те, що рекламна інформація незмінно має свого адресата (цільову аудиторію: домогосподарки, забезпечені люди, підлітки, діти, хворі люди і т. д.).

Методичні рекомендації до виконання завдання 16

На думку спеціалістів рекламу можна розглядати як форму комунікації, яка призначена перекласти якість товарів та послуг мовою потреб споживачів.

Під рекламною комунікацією розуміється передавання звернення від джерела інформації до її отримувача. Отримувачами (адресатами) в рекламній комунікації є потенційні споживачі, для яких призначена реклама. У процесі формування цільової аудиторії важливо виявити не лише того, хто приймає рішення про покупку, але й того, хто впливає на цей процес. Наприклад, діти можуть здійснювати вирішальний вплив на вибір продавця і місця покупки. Саме тому "МакДональдс" розглядає дітей як одну з найважливіших цільових аудиторій своєї реклами.

Тема 9. Комунікативна компетентність. Соціально-психологічні основи спілкування в соціальних комунікаціях

9.1. Репрезентативна система в соціальній комунікації.

9.2. Загальні вимоги до комунікатора й адресата (аудиторії).

9.3. Соціально-психологічні сценарії поведінки в соціальних комунікаціях. Психологічне підлаштування до партнера.

9.4. Публічна комунікація: інформування, переконання.

9.5. Етичні аспекти соціальної комунікації.

Рекомендована література: основна: [1; 6; 12; 13]; додаткова: [15; 16; 19].

Завдання 17

Складіть перелік формул мовного етикету українською та іноземною мовою, яку ви вивчаєте, яку ви можете використовувати під час звернення до:

- літньої людини, щоб дізнатися котра година;
- секретаря керівника, щоб дізнатися рішення за вашою заявою;
- викладача, щоб попросити його прийняти у вас іспит достроково;
- приятеля, щоб попросити у нього словник.

Методичні рекомендації до виконання завдання 17

Під мовним етикетом розуміють правила мовної поведінки, прийняті даним колективом мовців у конкретний час розвитку суспільства в певних ситуаціях спілкування. Прямий переклад ускладнених виразів мовного етикету часто призводить до непорозуміння.

Прояви "знаків уваги", тобто мовного етикету, можуть виражатися як граматично, так і лексично. Граматичними засобами вираження ввічливості є, наприклад, уживання займенників другої особи множини "Ви" замість другої особи однини – "ти" і відповідних дієслівних форм в українській, російській, білоруській та багатьох інших мовах.

Після привітань в усіх мовах уживаються етикетні запитання типу: "Як Ваші справи?", "Як успіхи?", "Як здоров'я?". У відповідь зовсім не сподіваються почути повний і детальний звіт про справжній стан справ співбесідника.

Завдання 18

Ознайомтеся з одним з офіційних оголошень університету і поясніть, яким чином дотримується регламент публічної комунікації в даному повідомленні.

Завдання 19

Розгляньте ситуацію, наведену далі.

Ваш заступник, досвідчений фахівець, який знає роботу як "свої п'ять пальців", веде себе як бездушна людина, яку не цікавлять ніякі "людські" проблеми. Від цього в колективі останнім часом стає тривожно, деякі колеги планують звільнитися, оскільки не бажають терпіти докори й образи з боку керівника. Ви намагалися в неформальній бесіді обговорити проблему, але ваш заступник навіть не розуміє, про що йдеться, його цікавлять тільки план і прибуток.

Ви, як керівник, розумієте, що необхідно, вплинути на працівника, щоб змінити стиль його взаємодії з персоналом. Запропонуйте можливий варіант бесіди з вашим заступником з використанням техніки конструктивної критики.

Методичні рекомендації до виконання завдання 19

Правила конструктивної критики:

1. Слідувати методу "сандвіча": спочатку акцент на сильні сторони, потім – на недоліки, і в кінці – повтор переваг і можливі позитивні результати після усунення мінусів.
2. Фокусування на ситуації, а не на особистості людини.
3. Конкретизувати зворотний зв'язок.
4. Давати рекомендації, як зробити краще.
5. Уникати сарказму.

Завдання 20

У ХНЕУ ім. С. Кузнеця з 25 до 29 травня буде проходити "Літня школа" з вивчення англійської мови для студентів та школярів. Ви працюєте у відділі комунікацій університету. Назвіть основні цільові аудиторії, на які доцільно спрямувати інформаційне повідомлення щодо "Літньої школи", які мотиви обраних цільових аудиторій варто врахувати для повернення уваги в повідомленні. Яким чином можна подолати можливі комунікаційні бар'єри (інформаційного перевантаження, когнітивні, освіти тощо) у процесі проведення занять зі школярами та студентами в рамках літньої школи.

Методичні рекомендації до виконання завдання 20

Бар'єри нерозуміння. Пов'язані з неефективною вербальною і невербальною комунікацією (труднощі в передаванні і розумінні інформації).

До них належать:

- семантичні;
- невербальні;
- фонетичні;
- стилістичні;
- логічні;
- бар'єри комунікативних перевантажень.

Особистісні бар'єри пов'язані з психологічною несумісністю співрозмовників і з їх негативними установками, які створюють перешкоди в спілкуванні. До особистісних бар'єрів належать:

- бар'єри індивідуальних відмінностей;
- ідеологічні;
- негативний минулий досвід спілкування;
- бар'єри упередженості;
- бар'єри негативної установки;
- бар'єри очікування нерозуміння;
- бар'єри віку;
- бар'єри недостатнього розуміння важливості спілкування.

Фізичні бар'єри – це об'єктивні перешкоди, що виникають в матеріальному середовищі комунікацій:

- просторові;
- часові;
- технічні.

Тема 10. Міжнародні та міжкультурні комунікації

10.1. Міжнародна комунікація: сутність та типологічні ознаки. Відмінності міжнародних комунікацій.

10.2. Зовнішньополітичні комунікації.

10.3. Інформаційні відносини як складова міжнародної комунікації.

10.4. Публічна дипломатія.

10.5. Міжкультурна комунікація.

10.6. Міжкультурні зв'язки.

Рекомендована література: основна: [1; 3; 12]; додаткова: [14; 15; 18].

Завдання 21

Проаналізуйте ситуації. Визначте причини комунікативних невдач (за статтею американського фахівця-комунікативіста К. Кнаппа).

Ситуація 1. Молодий представник американської фірми на офіційному заході з японськими партнерами поплескав по плечі президента фірми (чоловіка похилого віку) і промовив до нього кілька жартівливих фраз. Президент японської фірми зблід і, не прощаючись, покинув захід. Після цього японська фірма припинила співпрацю з американськими партнерами.

Ситуація 2. Американський менеджер поскаржився на іспанського чиновника, який пообіцяв "завтра підготувати документи", однак не тільки не зробив цього, але й не вибачився за невиконану обіцянку. Після скарги всі чиновники почали проявляти неповагу до американця і зумисне затягувати з його паперами, шукаючи огріхи й помилки в роботі самого менеджера.

Ситуація 3. Американський менеджер, спілкуючись із арабським партнером, ввічливо побажав успіху і благополуччя його дружині та дітям. Араб проігнорував побажання. Цей факт надзвичайно здивував американця.

Методичні рекомендації до виконання завдання 21

Ритуальна комунікація в різних суспільствах не однакова. Вона містить не тільки вербальну (словесну), але і невербальну (артикуляція і жести) інформацію. Наприклад, японці уникають пильного прямого погляду, неunikного під час рукостискання, їм не імponує манера торкатися один одного. Японська культура поведінки, насамперед, вирізняє норми гірі (етикету) – це й зобов'язання, й ритуал його виконання, й обов'язок вдячності. В широкому сенсі гірі виявляється у відповідному спілкуванні вищого за рангом із нижчим за рангом, у контактах між рівними, у ритуалах спілкування між сусідами тощо.

Великою помилкою буде, коли під час першої зустрічі ви поцікавитесь у свого арабського партнера здоров'ям його дружини або інших членів сім'ї.

Жорсткі часові рамки зовсім не до душі іспанцям; вони непунктуальні і п'ятнадцятихвилинне запізнення є для них практично нормою. Вважається, що і в ділових питаннях іспанці не дуже люблять дотримуватися обумовлених термінів.

Завдання 22

На основі даних порівняння двох країн за класифікацією Г. Хофстеде, наведених на рис. 3, дайте розгорнуту характеристику культур цих країн та рекомендації щодо ефективної міжкультурної комунікації між представниками цих країн.

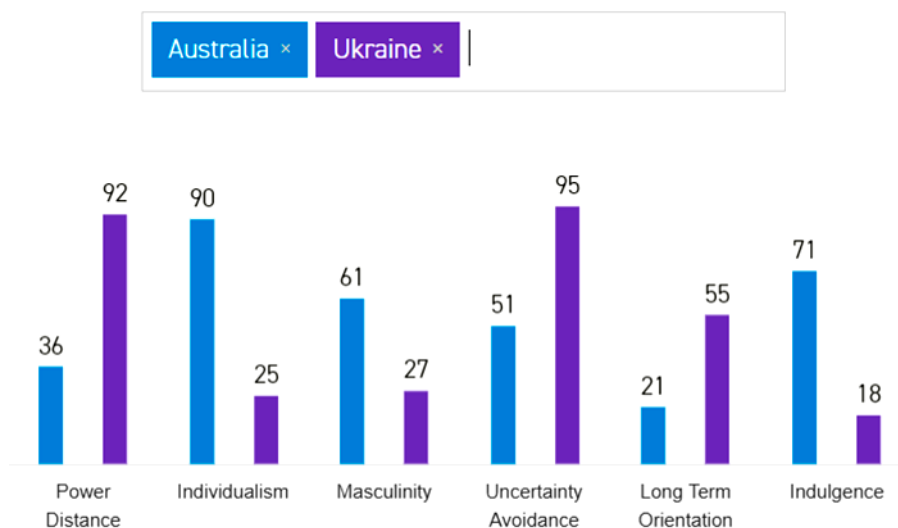


Рис. 3. Порівняння країн за класифікацією Г. Хофстеде [27]

Методичні рекомендації до виконання завдання 22

Пропонована Г. Хофстеде термінологія для опису національної культури містить п'ять параметрів (загальних показників), які він назвав "вимірами", оскільки вони зустрічаються майже у всіх можливих комбінаціях.

1. Індивідуалізм – колективізм. У країнах з високим ступенем індивідуалізму люди відверто висловлюють критичні зауваження своїм колегам; наймання на роботу та кар'єра пов'язані тільки з особистісними якостями та здібностями; управління зорієнтовано на особистість, а не на групу; кожний орієнтується на особистісний успіх; суспільство має високий життєвий рівень та відзначається високим рівнем свободи преси. Тут індивідуальні цілі важливіші за групові. Колективізм культивується в Японії,

інших країнах Азії, а також Південної Америки. Взаємини між людьми тут відрізняються щедрістю, взаємовиручкою, високо цінується гостинність. Групові цілі у цих країнах важливіші за індивідуальні.

2. Дистанція влади (велика – мала). Дистанція влади (зона влади) відображає ступінь нерівності між людьми, яку вони вважають допустимою або нормальною. Принципово важливим у цьому випадку відповідь на питання про те, як суспільство справляється з фактом нерівності людей.

3. Неприйняття (уникнення) невизначеності (сильний – слабкий). Для культур одних країн характерним є максимальне прагнення уникнути непевності в усіх ситуаціях. Для них характерним є високий рівень тривожності, велика турбота про майбутнє, опір змінам; тут більше довіряють думці експертів, аніж здоровому глузду та життєвому досвіду. Спокійно ставляться до невпевненості в США, Великобританії, Данії, скандинавських країнах. Для них характерними є схильність до ризику, низький рівень стресів, вміння йти на компроміси та ін.

4. Мужність – жіночність (маскулінність – фемінність). У мужніх країнах кар'єра і матеріальне благополуччя – основні показники успіху; найбільший комплімент "справжній чоловік"; люди живуть в ім'я роботи, а не працюють заради того, щоб жити; хороший керівник – той, хто сам приймає рішення. У цих країнах жінки, якщо й добиваються права відігравати соціальні ролі у суспільстві, то засвоюють стереотипи чоловічої поведінки, намагаються виявити силу, швидкість прийняття рішення, жорсткість у діях, тобто діють відповідно до чоловічого менталітету. У тих суспільствах, де в культурі переважає жіночність, соціальні ролі жінок і чоловіків збігаються. Тут домінують такі цінності, як якість життя, запобігання конфліктам, духовний розвиток, турбота про слабших. Керівники (чоловіки і жінки) орієнтуються на безконфліктну групову роботу, консенсус, справедливу мотивацію.

5. Орієнтація (довгострокова – короткострокова). Орієнтованість на вирішення стратегічних, довгострокових цілей, бажання заглядати в майбутнє. Для культур з великими значеннями цього параметра (південно-східна Азія) характерні розважливість, наполегливість в досягненні цілей, стійкість, для культур з малим значенням (країни Європи) – відданість традиціям, виконання соціальних зобов'язань.

6. Допущення на протипагу стримуванню є мірою щастя, ступенем задоволення простими радощами життя. Суспільства з високими показниками допущення визначається як таке, що дозволяє відносно вільне

задоволення основних і природних людських бажань, пов'язаних з насолодою життям і отриманням задоволень. Низькі показники за цим параметром характеризують суспільства, які контролюють задоволення потреб і регулюють його за допомогою строгих соціальних норм. Представники "допускаючого" суспільства усвідомлюють власний контроль над своїм життям та емоціями, а "стримані" суспільства вважають, що на їхнє життя і емоції впливають інші чинники.

Завдання 23

Культуру фахівці порівнюють з "айсбергом": деякі елементи культури знаходяться на поверхні, а деякі можна побачити, досліджуючи культуру більш ретельно. Заповніть елементами культури відповідні рівні "айсбергу" (рис. 4).

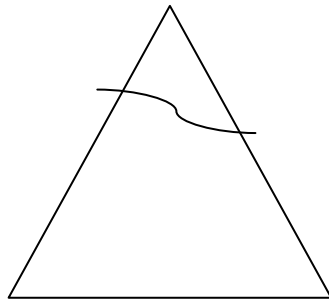


Рис. 4. Айсберг як образ культури

Які типи культур виокремлював Е. Холл у своїй концепції культурної граматики.

Методичні рекомендації до виконання завдання 23

Відомий американський антрополог Едвард Холл у своїх працях виокремлював такі види культур:

- висококонтекстуальні і низькоконтекстуальні;
- поліхронні і монохронні.

Відповідно до теорії Е. Холла, висококонтекстуальним культурам властиві такі ознаки: невиражена, прихована манера мови, багатозначні і численні паузи; серйозна роль невербального спілкування і вміння "говорити очима"; зайва надмірність інформації, оскільки для спілкування досить початкових фонових знань; відсутність відкритого висловлення невдоволення під час будь-яких умов і результатів спілкування.

Ознаки, якими Е. Холл наділив низькоконтекстуальні культури: пряма і виразна манера мови; незначна частка невербальних форм спілкування; чітка і ясна оцінка всіх обговорюваних тем і питань; оцінка недомовленості як недостатньої компетентності або слабкої інформованості співрозмовника; відкрите вираження невдоволення.

Відмінності між представниками монохронної і поліхронної культур можна узагальнено описати таким чином: у монохронних культурах індивіди роблять одну справу в один проміжок часу, при цьому вони сконцентровані на своїй роботі, відчувають відповідальність за неї, дотримуються всіх домовленостей, намагаються не заважати іншим людям, проявляють більше поваги до них, пунктуальні і підтримують переважно короткострокові міжособистісні відносини.

Представники поліхронних культур, навпаки, роблять кілька справ одночасно, частіше переривають роботу, надають менше значення домовленостям про зустрічі, ніж людським взаєминам. Часто змінюють свої плани, більше цікавляться особистими справами, їх пунктуальність залежить від взаємин, вони схильні встановлювати відносини з іншими на все життя.

Тема 11. Правове регулювання суспільних комунікацій

11.1. Поняття правового регулювання.

11.2. Публічність і право на таємницю.

11.3. Види конфіденційної інформації.

11.4. Правове регулювання реклами.

11.5. Проблеми правового регулювання зв'язків з громадськістю.

Рекомендована література: основна: [1; 3; 4]; додаткова: [22 – 25].

Завдання 24

Проаналізуйте відносини щодо створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорони та захисту інформації, які в Україні регулюються Законом "Про інформацію". Дайте характеристику основних принципів інформаційних відносин та державній інформаційній політиці в нашій країні.

Які права на інформацію ви маєте як суб'єкт інформаційних відносин?

Методичні рекомендації до виконання завдання 24

Для виконання завдання слід скористатися Законом України "Про інформацію" [24].

Рекомендована література

Основна

1. Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики / Э. Гриффин ; пер. с англ. – Харьков : Гуманитарный центр, 2015. – 688 с.
2. Зовнішньополітичні комунікативні технології : підручник для студентів ВНЗ, які навчаються за напрямом підготовки "Міжнародна інформація" / Є. А. Макаренко, М. М. Рижков, Н. О. Піпченко та ін. ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – Київ : Центр вільної преси, 2016. – 415 с.
3. Карпчук Н. П. Міжнародна інформація та суспільні комунікації : навч. посіб. для студ. закл. вищ. освіти / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2018. – 514 с.
4. Лавриненко В. Н. Психология и этика делового общения : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова ; под ред. В. Н. Лавриненко. – Москва : Изд-во "Юрайт", 2017. – 408 с.
5. Левкин В. Е. Тренинг эффективного общения : учебное пособие / В. Е. Левкин. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 142 с.
6. Основы теории коммуникации : учебник / под ред. проф. М. А. Василика. – Москва : Гардарики, 2003. – 615 с.
7. Почепцов Г. Г. Пропаганда 2.0 / Г. Г. Почепцов. – Харьков : Фолио, 2018. – 796 с.
8. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – Москва : Рефл.-бук ; Киев : Ваклер, 2003. – 651 с.
9. Социальные коммуникации: (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник / [авт.-сост. В. А. Ильганаева]. — Харьков : Гор. типография, 2009. – 391 с.
10. Соціальні комунікації : хрестоматія / уклад. В. О. Ильганаева. – Харків : ХДАК, 2012. – 178 с.
11. Griffin Emory A. A First Look at Communication Theory / Emory A. Griffin. – Boston : McGraw-Hill, 2016. – 563 p.
12. West Richard L. Introducing Communication Theory: Analysis and Application / West L. Richard, Lynn H. Turner. – McGraw-Hill, 2010. – 624 p.

Додаткова

13. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз : монографія / В. М. Бебик. – Київ : МАУП, 2005. – 440 с.

14. Ботвина Н. В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділової комунікації : навч. посіб. / Н. В. Ботвина. – Київ : АртЕк, 2008. – 252 с.
15. Галушко В. П. Діловий протокол та ведення переговорів : навч. посіб. / В. П. Галушко. – Вінниця : Нова книга, 2002. – 226 с.
16. Квіт С. Масові комунікації : підручник для студ. вищ. навч. закл. / С. Квіт. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2008. – 206 с.
17. Макаренко Є. Європейські комунікації : підручник / Є. Макаренко, М. Рижков. – Київ : Центр вільної преси, 2010. – 536 с.
18. Моловач М. И. Искусство презентаций и ведения переговоров : учебно-практическое пособие / М. И. Моловач. – Киев : Центр учебной литературы, 2018. – 242 с.
19. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття / Г. Г. Почепцов. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2017. – 257 с.
20. Чадюк О. М. Пропаганда ідей та сучасне українське міфотворення / О. М. Чадюк // Український соціум / О. С. Власюк, В. С. Крисаченко, М. Т. Степико та ін. ; за ред. В. С. Крисаченка. – Київ : Знання України, 2005. – С. 734–749.

Інформаційні ресурси

21. Європейська служба зовнішніх справ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eeas.europa.eu>.
22. Опорний конспект лекцій з навчальної дисципліни "Суспільні комунікації" / О. В. Гронь [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=4626>.
23. Про інформацію : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>.
24. Про схвалення Стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції на 2018 – 2021 роки : Розпорядження Кабінету міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
25. Сайт персональних навчальних систем ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Дисципліна "Суспільні комунікації". – Режим доступу : <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=4626>.
26. Country comparison tool [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.hofstede-insights.com>.

Зміст

Вступ.....	3
Змістовий модуль 1. Основи теорії суспільних комунікацій.....	4
Тема 1. Поняття комунікації і соціальної комунікації.....	4
Тема 2. Еволюції соціальної комунікації і комунікаційні революції.....	5
Тема 3. Комунікативний процес і його структура. Основні моделі комунікативного процесу і їх характеристика	6
Тема 4. Проблема типології соціальної комунікації	9
Тема 5. Бар'єри комунікації	11
Змістовий модуль 2. Прикладні аспекти соціальної комунікації	14
Тема 6. Комунікації в організаціях.....	14
Тема 7. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз).....	16
Тема 8. Масова комунікація: особливості, основні види, соціальні функції.....	18
Тема 9. Комунікативна компетентність. Соціально-психологічні основи спілкування в соціальних комунікаціях	19
Тема 10. Міжнародні та міжкультурні комунікації	22
Тема 11. Правове регулювання суспільних комунікацій	26
Рекомендована література.....	27
Основна	27
Додаткова	27
Інформаційні ресурси	28

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

СУСПІЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

**Методичні рекомендації
до практичних завдань
для студентів спеціальності
291 "Міжнародні відносини,
суспільні комунікації та регіональні студії"
першого (бакалаврського) рівня**

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Укладач **Гронь** Олександра Вікторівна

Відповідальний за видання *І. П. Отенко*

Редактор *В. О. Дмитрієва*

Коректор *В. Ю. Труш*

План 2021 р. Поз. № 37 ЕВ. Обсяг 30 с.

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9-А

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*