

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ


Заступник проректора
(проректор з науково-педагогічної роботи)

М. В. Афанасьєв

Технології суспільних комунікацій

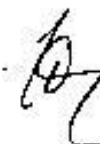
робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань **29 Міжнародні відносини**
Спеціальність **291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»**
Освітній рівень **другий (магістерський)**
Освітня програма **Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії**

Вид дисципліни
Мова викладання, навчання та оцінювання

базова
українська

Завідувач кафедри
Міжнародного бізнесу та економічного аналізу



Отенко І.П.

Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2019

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

"ЗАТВЕРДЖУЮ"

Заступник керівника
(проректор з науково-педагогічної роботи)

М.В. Афанасьєв

Технології суспільних комунікацій

робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань	29 Міжнародні відносини
Спеціальність	291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»
Освітній рівень	другий (магістерський)
Освітня програма	Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії

Вид дисципліни	базова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська

Завідувач кафедри
Міжнародного бізнесу та економічного аналізу

Отенко І.П.

**Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця**

2019

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри Міжнародного бізнесу та економічного аналізу
Протокол № 1 від 23.08.2019 р.

Розробник(-и):

Гронь О.В., к.н., доц. кафедри Міжнародного бізнесу та економічного аналізу

**Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

1. Вступ

Глобальна трансформація індустріального суспільства в інформаційно-комунікаційне супроводжується проникненням комунікаційних технологій в усі сфери життєдіяльності суспільства, виникненням і розвитком якісно нового типу комунікаційних структур і процесів. Будь-яка організація не може успішно розвиватися без застосування сучасних комунікаційних технологій, які полегшують та прискорюють процес взаємодії між партнерами, персоналом, суспільством та сприяють досягненню її цілей.

Знання технологій і моделей комунікацій допоможе досягти консенсусу між окремими особистостями, різними соціальними групами, представниками громадськості, які мають різний рівень інформованості, поведінку, комунікативні навички.

Навчальна дисципліна «Технології суспільних комунікацій» є базовою навчальною дисципліною та вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців освітнього рівня «магістр» спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» всіх форм навчання.

Анотація навчальної дисципліни

Комунікація виконує дуже важливі функції в суспільному житті, створюючи умови для забезпечення роботи не тільки інформаційної, а усієї суспільної сфери. В Україні формується динамічне суспільство, де комунікація посідає чільне місце, будучи важливим чинником громадського життя. Для того, щоб бути затребуваними на ринку праці майбутнім фахівцям необхідно знати моделі і теорії, що пояснюють різні комунікації (міжособистісні, масові і корпоративні), а також вміти на практиці використовувати знання щодо застосування комунікаційних технологій в професійній діяльності.

Мета навчальної дисципліни - формування системи знань про технології комунікації та їх ефективність, набуття навичок практичного застосування технологій в процесі різних видів суспільної комунікації. Вивчення курсу передбачає акцентування на умовах і критеріях ефективної комунікації, формування знань про ефективну модель суспільних комунікацій.

Актуальними завданнями курсу є вироблення умінь та навичок аналізу масово-інформаційної діяльності, розуміння критеріїв ефективності роботи фахівця зі зв'язків з громадськістю, закономірностей використання окремих технологій у масовій комунікації, необхідності дотримання фахівцями з комунікацій організації етичних норм, професійних стандартів.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Технології суспільних комунікацій» є:

отримання знань щодо понятійного апарату і основних моделей та технологій суспільних комунікацій;

опанування конкретних технологій суспільних комунікацій і вмінь щодо їх застосування в залежності від ситуації;

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

Практичний аспект вивчення курсу полягає у формуванні осмисленої оцінки окремих текстів, рекламних та PR-кампаній щодо доцільності та правомірності використання комунікаційних технологій.

Результатом вивчення курсу повинні стати набуті вміння здійснення аналізу комунікаційних технологій, які застосовуються в ЗМК, а також навички щодо формування комунікаційної кампанії зі створення іміджу організації, застосування технологій щодо зв'язків з громадськістю та пропаганди.

Курс	1М	
Семестр	1	
Кількість кредитів ECTS	5	
Аудиторні навчальні заняття	лекції	14
	семінарські, практичні	26
	лабораторні	-
Самостійна робота		110
Форма підсумкового контролю	іспит	

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни:

Попередні дисципліни	Наступні дисципліни
Суспільні комунікації	Переддипломна практика
Міжнародна інформація	Дипломна робота
Основи міжкультурних комунікацій	
Іноземна мова академічної та професійної комунікації	

2. Компетентності та результати навчання за дисципліною:

Компетентності	Результати навчання
Вміння обрати адекватні комунікативні технології для вирішення професійних завдань, застосовувати комунікативні технології у професійній діяльності	Знати основні технології суспільної комунікації Знання та розуміння специфіки використання технологій реклами, зав'язків з громадськістю, пропаганди, інформаційних війн
Здатність приймати участь у плануванні, підготовці та проведенні комунікаційних компаній та заходів у відповідності до цілей та завдань організації на основі результатів дослідження	Знати комунікаційні технології взаємодії зі стейкхолдерами організації Вміння аналізувати процес комунікації з точки зору доцільності використання комунікативних технологій Вміти забезпечувати внутрішні та зовнішні комунікації, в тому числі з державними закладами, суспільними організаціями, комерційними структурами, засобами масової інформації
Знання сутності прийомів маніпулювання в суспільній комунікації	Знання основних методик і технік маніпулювання в процесі суспільної комунікації Виявляти маніпуляції інформацією у процесі аналізу повідомлень мас-медіа
Знання сучасних технологій створення внутрішнього та зовнішнього іміджу організації	Вміння оцінювати імідж організації для різних стейкхолдерів організації Вміння застосовувати комунікаційні технології для формування іміджу організації
Здатність враховувати основні правові та етичні вимоги щодо використання різних технологій комунікації	Знати основні принципи професійної етики, які сприяють формуванню моральної культури фахівця; Знати норми правового регулювання, професійної етики реклами і ПР в Україні і за кордоном

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Технології суспільної комунікації: сутність, види, функції.

- 1.1. Поняття суспільної комунікації та її функції.
- 1.2. Поняття технології. Комунікаційні технології.
- 1.3. Моделі і технології суспільної комунікації.
- 1.4. Організація комунікативного простору: символічна, візуальна, подієва, міфологічна.

Тема 2. Типологія технологій суспільної комунікації.

- 2.1. Класифікація комунікативних технологій.
- 2.2. Комунікативні технології в сфері публік рілейшенз. Функціональні комунікативні відмінності між рекламою та PR.
- 2.3. Комунікативні технології пропаганди. Типи пропаганди.
- 2.4. Технології просування (маркетингові комунікаційні технології)
- 2.4. Технології інформаційних війн. Технології виправлення інформації. Спічрайтинг.
- 2.5. Дослідження комунікації та поширення інформації онлайн в соціальних мережах.

Тема 3. Розробка ефективних внутрішніх та зовнішніх комунікацій.

- 3.1. Планування процесу комунікації.
- 3.2. Цільові аудиторії та їх очікування. Визначення та аналіз стейкхолдерів.
- 3.3. Комунікаційний аудит. Визначення інформаційних розривів.
- 3.4. Розробка інформаційної політики організації. Основні розділи інформаційної політики. Вибір каналів розповсюдження інформації.
- 3.5. Створення системи внутрішніх організаційних комунікацій.

Тема 4. Сучасні технології формування громадської думки.

- 4.1. Поняття громадської думки. Особливості громадської думки. Функції громадської думки.
- 4.2. Формування громадської думки. Етапи формування.
- 4.3. Методи та форми впливу на громадську думку.
- 4.4. Вплив ЗМІ на формування громадської думки та власної позиції людини.

Тема 5. Технології маніпулювання суспільною свідомістю.

- 5.1. Поняття маніпуляції.
- 5.2. Засоби маніпуляції суспільною свідомістю.
- 5.3. Методи та структура маніпуляції.
- 5.4. Ознаки прихованої маніпуляції.
- 5.5. Технології протидії маніпуляції.

Тема 6. Комунікаційні технології у формуванні іміджу та ділової репутації організації.

- 6.1. Роль репутації в сучасному суспільстві. Поняття іміджу та його зв'язок з репутацією. Переваги репутації як стратегічного активу.
- 6.2. Репутаційний менеджмент. Принципи управління репутацією.
- 6.3. Технології формування іміджу організації.
- 6.4. Антикризисні комунікації як інструмент захисту репутації.

Тема 7. Правове регулювання та етичні основи PR та реклами.

- 7.1. Професійні принципи етики і моралі фахівця зі зв'язків з громадськістю.
- 7.2. Етичні стандарти та нормативні принципи професійної поведінки в сфері PR.
- 7.3. Норми правового регулювання PR і реклами в Україні.
- 7.4. «Брудні технології», «чорний PR».

4. Порядок оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні,

семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця, контрольні заходи включають:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти іспит, – 35 балів);

модульний контроль, що проводиться у формі колоквиуму як проміжний міні-екзамен з ініціативи викладача з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті *інтегровану* оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля;

підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі семестрового екзамену, відповідно до графіку навчального процесу.

Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів. Оцінювання знань студента під час семінарських і практичних занять та виконання індивідуальних завдань проводиться за такими критеріями:

Вміння обрати адекватні комунікативні технології для вирішення професійних завдань, застосовувати комунікативні технології у професійній діяльності	Знати основні технології суспільної комунікації Знання та розуміння специфіки використання технологій реклами, зав'язків з громадськістю, пропаганди, інформаційних війн
Здатність приймати участь у плануванні, підготовці та проведенні комунікаційних компаній та заходів у відповідності до цілей та завдань організації на основі результатів дослідження	Знати комунікаційні технології взаємодії зі стейкхолдерами організації Вміння аналізувати процес комунікації з точки зору доцільності використання комунікативних технологій Вміти забезпечувати внутрішні та зовнішні комунікації, в тому числі з державними закладами, суспільними організаціями, комерційними структурами, засобами масової інформації
Знання сутності прийомів маніпулювання в суспільній комунікації	Знання основних методик і технік маніпулювання в процесі суспільної комунікації Виявляти маніпуляції інформацією у процесі аналізу повідомлень мас-медіа
Знання сучасних технологій створення внутрішнього та зовнішнього іміджу організації	Вміння оцінювати імідж організації для різних стейкхолдерів організації Вміння застосовувати комунікаційні технології для формування іміджу організації
Здатність враховувати основні правові та етичні вимоги щодо використання різних технологій комунікації	Знати основні принципи професійної етики, які сприяють формуванню моральної культури фахівця; Знати норми правового регулювання, професійної етики реклами і ПР в Україні і за кордоном

розуміння сутності технологій суспільних комунікацій, вміння обирати вірні технології комунікації в процесі діяльності організації, вміння виявляти маніпуляції в процесі аналізу повідомлень мас-медіа, вміння визначати стейкхолдерів організації та оцінювати їх вплив на діяльність організації, знати сучасні технології створення внутрішнього та зовнішнього іміджу організації, вміння запропонувати найбільш

ефективні технології в процесі формування іміджу організації, знати основні принципи професійної етики, які сприяють формуванню моральної культури фахівця; знати норми правового регулювання, професійної етики реклами і ПР в Україні і за кордоном. ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються в процесі вивчення дисципліни; вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді практичних ситуацій, винесених на розгляд в аудиторії; стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки; вміння пояснювати альтернативні погляди та наявність власної точки зору, позиції на певне проблемне питання.

Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів, є: вміння систематизувати знання за темами дисципліни, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та обробку, вміння робити обґрунтовані, логічні висновки, вміння представити свою точку зору щодо досліджуваного питання на практичних і семінарських заняттях.

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену, завданням якого є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо.

Екзаменаційний білет охоплює програму дисципліни і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей.

Кожен екзаменаційний білет складається із 3 завдань. Одного стереотипного (теоретичного) завдання, одного діагностичного та одного евристичного завдань, які передбачають вирішення типових професійних завдань фахівця на робочому місці та дозволяють діагностувати рівень теоретичної підготовки студента і рівень його компетентності з навчальної дисципліни.

Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів) і проставляється у відповідній графі екзаменаційної "Відомості обліку успішності".

Студента слід **вважати атестованим**, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімумально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімумально можлива кількість балів, набраних на екзамені, – 25.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час екзамену, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни.

Розподіл балів за тижнями

Теми змістового модуля		Лекційні заняття	Практичні заняття	Творчі завдання	Презентація	Колоквіум	Усього
Тема 1. Технології суспільної комунікації: сутність, види, функції	1 тиждень	1	1				2
	2 тиждень		2				2
Тема 2. Типологія технологій суспільної комунікації	3 тиждень	1	2				3
	4 тиждень		2	3			5
Тема 3. Розробка ефективних внутрішніх та зовнішніх комунікацій	5 тиждень	1	2				3
	6 тиждень		1			8	9
Тема 4. Сучасні технології формування громадської думки	7 тиждень	1	2				3
	8 тиждень		2				2
Тема 5. Технології маніпулювання суспільною свідомістю	9 тиждень	1	2				3
	10 тиждень		2	3			5
Тема 6. Комунікаційні технології у формуванні іміджу та ділової репутації організації	11 тиждень	1	2				3
	12 тиждень		1		8		9
Тема 7. Правове регулювання та етичні основи PR та реклами	13 тиждень	1	1			9	11
Іспит							40
Усього		7	22	6	8	17	100

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		

5. Рекомендована література

Основна

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз: Моногр. – К.: МАУП, 2005. - 440 с.
2. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології: лекції / Н. І. Зражевська. - Черкаси: Брама-Україна, 2010. - 224 с.
3. Королько В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика. практика. Підручник / В.Королько, О.Некрасова. – К.: Видавництво Києво-Могилянська академія, 2009. – 831 с.
4. Младьонова, О. Маніпулювання суспільною свідомістю як технологія ведення інформаційної війни. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія "Питання політології"; - 32. - 2018. - С. 79-82.
5. Мандель, Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие для обучающихся в магистратуре / Б.Р. Мандель. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 438 с.
6. Почепцов Г.Г. Пропаганда 2.0 / Г.Г. Почепцов. - Харьков: Фолио, 2018. - 796 с.
7. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття / Г. Г. Почепцов. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2017. – 257 с.
8. Сальникова Л. С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе: Учебник для студентов вузов / Л. С. Сальникова. — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2015. – 296 с.
9. Чадюк О.М. Пропаганда ідей та сучасне українське міфотворення // Український соціум / Власюк О.С., Крисаченко В.С., Степико М.Т. та ін. / За ред. В.С. Крисаченка. – Київ : Знання України, 2005. – С. 734-749.

Додаткова

10. Грицюта Н. М. Правові чинники професійної етики PR-діяльності: ієрархія рівнів / Н. М. Грицюта // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. – 2015. - № 1. – С. 120-126.
11. Марусяк Т. С. Методи та форми впливу на громадську думку у сучасному українському суспільстві / Марусяк Т. С. // Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право : збірник наукових праць. – 2014. – № 2 (22). – С. 90–94.
12. Сідак В. С. Диверсифікація суспільної свідомості – як загроза інформаційній безпеці держави та її нейтралізація / В. С. Сідак. // Ефективна економіка. - 2013. - № 8. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_8_3.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

13. Закон України «Про рекламу». (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, N 39, ст. 181) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/main/270/96-вр>
14. Кодекс професійного поведіння Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ipra.org/static/media/uploads/code_of_conduct/russian.pdf
15. Розпорядження Кабінету міністрів України «Про схвалення Стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції на 2018-2021 роки». Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
16. Сайт персональних навчальних систем ХНЕУ ім. С.Кузнеця. Дисципліна «Технології суспільних комунікацій» // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5340>