

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

Факультет української філології та журналістики
Кафедра журналістики

1. Загальна інформація про курс

Назва курсу, мова викладання	Соціальні комунікації та соціальна інформатика <i>Українська / англійська</i>
Викладачі	Почапська Оксана Іванівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики
Профайли викладачів	http://journkaf.kpnu.edu.ua/vykladachi-zhurnalistyka/pochapska-oksana-ivanivna/ http://scholar.google.com/citations?user=HfSn620AAAAJ&hl=uk&oi=ao
e-mails:	pochapska.oksana@kpnu.edu.ua
Сторінка курсу в MOODLE	https://moodle.kpnu.edu.ua/course/view.php?id=1498
Консультації	Відповідно до графіка консультацій, 412 аудиторія

2. Анотація курсу

Прикладні соціально-комунікаційні технології – це дисципліна, предметом вивчення якої є соціальнокомунікаційні технології в різних галузях соціальної діяльності, теоретичні та прикладні аспекти їх використання, методологія досліджень соціально-комунікаційних технологій.

Назва, код дисципліни, кількість кредитів	Соціальні комунікації та соціальна інформатика цикл дисциплін професійної підготовки (нормативна) 4 кредити ECTS: всього 120 год., аудиторних 40 год.: 20 год. лекційних, 20 семінарських занять.
Переквiзит и постреквiзит и навчальної дисципліни	Вивченню дисципліни Соціальні комунікації: Прикладні соціально-комунікаційні технології та соціальна інформатика передуює вивчення таких дисциплін: <ul style="list-style-type: none">- Теорія журналістики- Історія України- Теорія інформації- Проблематика журналістики- Теорія масової комунікації- Історія Української журналістики- Історія зарубіжної журналістики- Соціальні комунікації: Теорія та історія соціальних комунікацій-

3. Мета і цілі курсу

Мета курсу: підготовка магістранта для проведення самостійних досліджень за науковою спеціальністю „Прикладні соціально-комунікаційні технології”. Курс покликаний сформувати високий рівень методологічної, теоретичної та професійної підготовки магістранта, озброїти його знанням теорії та методології прикладних досліджень соціальних

технологій, дослідження окремих комунікаційних технологій, їх ефективності та можливості використання для різних сфер виробництва чи соціальної діяльності.

Основні завдання дисципліни:

- формування базового теоретичного поняття про використання прикладних соціальнокомунікаційних технологій у різних галузях людської діяльності;
- вироблення навичок оптимального використання методології дослідження для вирішення прикладних проблем дослідження ефективності комунікаційних технологій.

4. Формат курсу

Очний курс з елементами дистанційного навчання в системі Moodle.

5. Результати вивчення курсу

Результати навчання: здобувачі **мають знати** основні принципи та методологію дослідження соціальних комунікацій; сучасні концепції і закономірності розвитку соціальної інформації; інформаційну інфраструктуру суспільства та її трансформації; технології формування, організації та використання інформаційних ресурсів; закономірності формування та розвитку інформаційно-когнітивних технологій; інформаційно-пошукові ресурси і стратегії в системі засобів масової комунікації; функції інформаційно-аналітичних структур в системі соціальних комунікацій та соціального управління; методи формалізації предметних галузей та інформаційного моделювання, організації знань; методика, організацію та технологію інформаційно-аналітичної діяльності. Здобувачі **мають уміти** формулювати тему наукового дослідження для спеціальності „Соціальна інформатика”; забезпечувати наукове обґрунтування теми шляхом визначення мети, завдань дослідження, його джерельної бази та методів її дослідження; визначати якість наукового дослідження; аналізувати теми досліджень та прогнозовані наукові результати на відповідність паспорту спеціальності.

Під час вивчення дисципліни здобувачі набувають таких **компетенцій:**

- Здатність орієнтуватися в різних сферах життя суспільства, які є об’єктом висвітлення у комунікаційній практиці та з якими пов’язаний тематичний зміст і проблематика матеріалів
- Здатність визначати фейкову інформацію, а також розуміти напрям формування пропагандистської стратегії

- Здатність ефективно формувати комунікативну стратегію, володіти навичками публічного спілкування для вирішення комунікативних завдань у професійній діяльності
- Здатність орієнтуватися у політичному і комерційному піарі
- Здатність усвідомлювати вплив світової журналістики на становлення і розвиток журналістики в Україні
- Здатність верифікувати інформацію, аналізувати факти
- Здатність аналізувати інформацію і розуміти специфіку журналістики конкретного історичного періоду
- Здатність вільно орієнтуватися в інформаційному просторі та відокремлювати оціночну інформацію від фактажної
- Здатність розуміти стратегію використання комунікаційних технологій
- Здатність планувати інформаційні кампанії із формування та виправлення іміджу в політичній і комерційній галузях

6. Технічне й програмне забезпечення /обладнання

Вивчення курсу потребує використання загальнонавчаних програм і операційних систем.

7. Схема курсу

№ тижня	Назва теми	Форми організації навчання та к-ть годин	Завдання для самостійної роботи
1	Пропаганда як техніка і технологія соціальних комунікацій	2 лз	Пропаганда як техніка і технологія соціальних комунікацій
2	Техніки і технології комунікації в організації. Структура, види і функції СКТ	2 лк / 2 сем	Техніки і технології комунікації в організації. Структура, види і функції СКТ
3	Психологічне підґрунтя СКТ	2 лк	Психологічне підґрунтя СКТ
4-5	Формування теорії СКТ. СКТ в сучасному суспільстві	4 лк / 4 сем	Формування теорії СКТ. СКТ в сучасному суспільстві
6-7	Маніпуляція суспільством: мутація й інмутація як концепції комунікаційних технологій	4 лк / 4 сем	Маніпуляція суспільством: мутація й інмутація як концепції комунікаційних технологій
8-9	Масовий характер мутацій суспільства	2 лк / 2 сем	Масовий характер мутацій суспільства
10-11	Соціальна інформатика як галузь наукового знання. Специфіка текстових	2 лк / 4 сем	Соціальна інформатика як галузь наукового знання. Специфіка

	і графічних редакторів. Методика їх використання у тексті		текстових і графічних редакторів. Методика їх використання у тексті
12-13	Соціальні мережі (СММ-маркетинг)	2 лк / 2 сем	Соціальні мережі (СММ-маркетинг)
14		2 сем	Створення іміджу (ребрендинг) Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

8. Система оцінювання і вимоги

Денна форма навчання			
Змістовий модуль №1			
Поточний контроль	Самостійна робота	МКР	Залік
45 балів	10 балів	45 балів	100 балів

Отримання заліку можливе за умови виконання таких вимог: обов'язкова присутність на лекційних заняттях, активність упродовж семестру, відвідування/відпрацювання усіх практичних занять, успішне виконання модульної контрольної роботи, успішне складання іспиту. Мінімальний результат роботи на практичних заняттях – 6 балів, мінімально необхідний результат за виконання модульної контрольної роботи – 23 бали, мінімально необхідний результат за виконання самостійної роботи – 6 бали.

9. Список основної і додаткової літератури

Основна література

1. Іванов В.Ф. Соціологія масової комунікації: Навчальний посібник. Київ: Центр вільної преси, 1999. 212 с.
2. Корнєєв В.М. Підходи до вивчення прихованого текстового впливу // Вісн. Київ. ун-ту. Журналістика. 2001. Вип. 9. С. 75-79.
3. Мойсєєв В. А. Паблік рілейшнз : навч. пос. Київ : Академвидав, 2007. 224 с.
4. Масова комунікація: Підручник / А.З. Москаленко, Л.В. Губернський, В.Ф. Іванов, В.А. Вергун. Київ: Либідь, 1997. 216 с.
5. Островська Н.В. Прикладні соціально-комунікаційні технології: навчальний посібник для студентів спеціальності «Журналістика». Електронне видання комбінованого використання на DVD-ROM. Запоріжжя, 2017. http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/2746/1/Ostrovaska_Applied_social.pdf
6. Почепцов Г.Г. Соціальні комунікації і нові комунікаційні технології [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://issuu.com/the_communication/docs/19-26

7. Різун В.В. Теорія Масової комунікації / Володимир Різун. Київ, 2008 „Просвіта”. 260 с.
8. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: Методичний посібник / За ред. В.Г. Королька. Київ: 2003. 216 с.
9. Соціальні комунікації: теорія та практика : реком. бібліогр. покажчик / Бібліотека Криворізького державного педагогічного університету ; упоряд. О. Поліщук ; бібліогр. ред. О. Дікунова ; за ред. О. Кравченко. Кривий Ріг, 2023. 51 с.
10. Холод О.М. Комунікаційні технології [текст]: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 203 с.
11. Шендеровський К.С. та ін. Медіакомунікації та соціальні проблеми: Збірка навчально-методичних матеріалів та наукових статей в трьох частинах. Частина перша. Київ, 2012. 288 с. (<http://journalib.univ.kiev.ua/Books/Mediasocprob1.pdf>)

Додаткова література

12. Корнєв М.Н., Коваленко А. Б. Соціальна психологія: Підручник. Київ, 1995. 304 с.
13. Москаленко А.З. Теорія журналістики: Підручник. Київ: Експресоб'ява, 1998. 334 с.
14. Різун В.В. Маси: Тексти лекцій. Київ: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2003. 118 с.
15. Різун В.В., Непийвода Н.Ф., Корнєєв В.М. Лінгвістика впливу. Київ: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2005. 148 с.
16. Різун В.В. Природа й структура комунікативного процесу // <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1005>
17. Фінклер Ю. Комунікаційні моделі співпраці медій та соціальних мереж [Електронний ресурс] // Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. Львів, 2019. Вип. 9. С. 304–317. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZPNDZP_2019_9_21 243.
18. Фінклер Ю. Мас-медії в рамцях влади: знову про інституціоналізацію [Електронний ресурс] // Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. 2020. Вип. 10. С. 300–313. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZPNDZP_2020_10_24
19. Чекмишев О.В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики: Підручник-практикум. Київ: Видавничополіграфічний центр „Київський університет”, 2004. 130 с.