

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Навчально-науковий Інститут мистецтв

**Кафедра управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та
івентменеджменту**

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Соціальні комунікації в публічному управлінні

Другий (магістерський) рівень

**Освітньо-професійна програма Менеджмент соціокультурних проєктів та
креативних індустрій**

Спеціальність 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»

**Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від «30» серпня 2023 р.**

м. Івано-Франківськ - 2023

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Соціальні комунікації в публічному управлінні
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Викладач (-і)	Шотурма Наталія Володимирівна, кандидат політичних наук, доцент кафедри журналістики
Контактний телефон викладача	+380977695896
Е-mail викладача	nataliia.shoturma@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	вибірковий
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 годин
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/31f8127de4784d6c54b1
Консультації	Консультації проводяться відповідно до графіку, розміщеному на інформаційному стенді кафедри
2. Анотація до навчальної дисципліни	
<p>Навчальна дисципліна спрямована на теоретичне узагальнення та практичне розв'язання наукової проблеми формування соціальних комунікацій в сучасному суспільстві, що виявляється в розкритті поняття про соціальні комунікації; повсякденному та науковому розумінні соціальних комунікацій; розумінні соціальних комунікацій як руху смислів в часі і просторі; отриманні фундаментальних і прикладних знань про соціальні комунікації; освоєння сфери практичного застосування теорії соціальних комунікацій; засвоєнні базових функцій соціальних комунікацій, ролі соціальних комунікацій у професійній діяльності менеджерів соціокультурної</p>	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
<p><i>Метою</i> навчальної дисципліни є ознайомити студентів з теоретичними підходами у вивченні соціальних комунікацій, проаналізувати різні види комунікацій, особливості їх функціонування у сучасному суспільстві, розкрити особливості звернення людей до різних видів соціальних комунікацій, їх використання; допомогти оволодіти сучасними засобами соціально-комунікативного процесу</p> <p><i>Цілі.</i> На основі аналізу філософської, психолого-педагогічної та методичної літератури визначити стан та основні методологічні й теоретичні підходи до вивчення соціальних комунікацій; уточнити сутність і зміст терміносистеми; розкрити особливості застосування моделей соціальних комунікацій, вибору доступних людині засобів вербальної і невербальної комунікацій, оволодіння обраним засобом комунікації і використання його для вирішення відповідних віку життєвих завдань; розвиток емоційного ставлення до суспільного оточення, шляхом виховання позитивних емоцій, правильних відносин з людьми; формування впевненості в собі, здатності пізнавати себе; формування умінь орієнтуватися в навколишньому соціумі на повсякденному рівні; формування навичок і умінь здійснювати контакт з оточуючими людьми, адекватно поводитися в соціумі; дослідити моделі творення сайтів та їх оптимізації; дослідити сучасні соціально-комунікативні технології використовуються в менеджменті соціокультурної діяльності; з'ясувати основні напрямки розвитку соціальних-комунікаційних технологій на сучасному етапі.</p>	
4. Загальні та фахові компетентності	
<p>Загальні та фахові компетентності, якими повинен оволодіти чи які може удосконалити студент у результаті вивчення дисципліни:</p> <p>Загальні компетентності</p> <p>ЗК1.Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК4.Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</p>	

СК3.Здатність до планування, обґрунтування та обговорення результатів проведеного дослідження.
 СК10.Здатність до прогностичної та проектної діяльності у сфері культури, моделювання інноваційних соціально-культурних процесів і явищ, виявлення тенденцій їх розвитку.
 СК11.Здатність розробляти ефективні системи маркетингу соціокультурних продуктів та послуг (просування проектів, програм, акцій, івентів тощо).
 СК.12.Здатність бути лідером у соціокультурній сфері.

5. Програмні результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

ПР1. Відшукувати, аналізувати та оцінювати інформацію, необхідну для постановки і вирішення як професійних завдань так і особистісного розвитку.

ПР4. Здійснювати власну наукову та професійну діяльність з дотриманням вимог чинного законодавства.

ПР9. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, соціокультурних стратегій і проектів державною та іноземною мовами.

Додатково до освітньо-професійної програми

ПР10.Здійснювати стратегічне, діагностичне, оперативне управління соціокультурними інституціями і проектами.

ПР11.Організувати конструктивний діалог між зацікавленими стейкхолдерами соціокультурних трансформацій задля досягнення спільно визначеної мети (місії).

ПР14.Презентувати результати власних наукових досліджень.

5. Організація навчання навчальної дисципліни

Обсяг курсу 90 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин
Лекції	12 год.
семінарські заняття / практичні / лабораторні	18 год
самостійна робота	60 год.

Ознаки навчальної дисципліни

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
1 семестр	Менеджмент соціокультурної діяльності	1 рік	вибіркова

Тематика навчальної дисципліни

Тема	Кількість годин		
	лекції	заняття	самост.роб.
Тема 1. Комунікативні аспекти еволюції культури. Інтерпретація поняття «комунікація». Повсякденне і наукове розуміння комунікації. Суб'єкти, об'єкти і ознаки комунікації. Соціальна комунікація як предмет дослідження. Закони комунікації. Внутрішньосуб'єктна,	2	3	10

міжособистісна і масова комунікація. Елементи комунікаційного процесу.			
Тема 2. Еволюція соціальних комунікацій. Комунікаційна модель Аристотеля. Формула Гарольда Лассвелла. Модель біхевіоризму Джона Б. Уотсона. . Математична (шумова) теорія комунікації К. Шеннона – У. Уівера. Циркулярна (циклічна) модель комунікації У. Шрамма.	2	3	10
Тема 3. Комунікаційні потреби і навички. Поняття комунікаційного каналу. Різновиди комунікаційних каналів. Природні комунікаційні канали: невербальний і вербальний. Штучні комунікаційні канали: канал іконічних документів, канал символічних документів, художні комунікативні канали.	2	3	10
Тема 4. Комунікативні технології інформаційних і психологічних війн. Зміст понять «інформаційна війна» і «ІІСО», «наратив». Відмінність від звичайних війн.	2	3	10

Тема 5. Технології роботи з чутками. Поняття чутки. Чутка як специфічна комунікаційна одиниця. Комунікативні характеристики і основні ознаки чуток. Можливі класифікації чуток: за сферою поширення, за ступенем достовірності, за змістом.	2	3	10
Тема 6. Спічрайтинг в системі сучасних комунікаційних технологій. Місце спічрайтингу в системі сучасних комунікаційних технологій. Імідж людини і комунікаційний процес.	2	3	10
Загальна	12	18	60
6. Система оцінювання навчальної дисципліни			
Загальна система оцінювання курсу	Поточне опитування, тестування та самостійна робота - 55 балів. Контрольна робота – 15 балів. Підсумкова письмова робота (залік) – 30 балів.		
Вимоги до письмової роботи	Письмова робота складається із трьох теоретичних та одного практичного завдання.		
Практичні заняття	Робота на практичному занятті оцінюється за 5-бальною шкалою в залежності від повноти відповіді студента.		
Умови допуску до підсумкового контролю	Для отримання допуску до підсумкового контролю студентові необхідно отримати мінімум 25 балів за семінарські заняття чи завдання самостійної роботи.		
7. Політика навчальної дисципліни			
<p>Політика курсу базується на гуманістичній освітній парадигмі, суть якої полягає у повазі до особистості студента, у праві й можливості майбутнього фахівця самостійно обирати спосіб засвоєння навчального матеріалу, використовувати нові методи, прийоми і засоби педагогічної діяльності; на навчанні у співробітництві, тобто спільній із викладачем діяльності; на плюралізмі як важливій основі розвитку інтелектуальних здібностей студентів, розвитку їхнього критичного мислення. Будь-які форми порушення академічної доброчесності не толеруються.</p> <p>Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та заліків заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв).</p>			

Дотримання академічної доброчесності регулюється Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

(<https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/09/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0-%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F-%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D0%BF%D1%80%D0%BE-%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%81%D1%96%D1%8E-%D0%B7-%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D1%8C-%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8-%D1%82%D0%B0-%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%97-%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%BE%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96.pdf>) та Кодексом честі університету (<https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/02/%D0%9A%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81-%D1%87%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%96-%D0%9F%D0%9D%D0%A3-2021.pdf>)

Очікується, що роботи здобувачів вищої освіти будуть їх оригінальними міркуваннями.

Неформальна освіта
Зараховуються як підсумковий контроль, результати онлайн курсів на платформах Coursera, Prometheus, які відповідають програмі навчальної дисципліни.

Рекомендовані:

• Основи державної політики - https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+GOV101+2015_T2

• «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні - https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+IH101+2021_T3

• Громадська та політична участь: базовий курс - https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+CPP101+2021_T1

8. Рекомендована література

1. Богуш В. М., Юдін О. К. Інформаційна безпека держави. К. : МК-Пресс, 2005. 432 с.
2. Виходець О. М. Соціальні комунікації в культурі української організації : монографія. Одеса : Олтех, 2010. 285 с.
3. Денисюк С. Г. Комунікологія : навчальний посібник. Вінниця : ВНТУ, 2015. 02 с.
4. Дніпренко Н. К., Різуна В. В. Запровадження комунікацій у суспільстві – К.: ТОВ «Вістка», 2009. 56 с. URL : <https://cutt.us/7Ei1P>
5. Ковалінська І. В. Невербальна комунікація : навчальний посібник. К. : Освіта України, 2014. 289 с.
6. Почепцов Г. Г. Медіа: теорія масових комунікацій : навч. посіб. – К. : Альтерпрес, 2008. – С. 28–29.
7. Прищак М. Д., Залюбівська О. Б., Слободянюк О. М. Ділове спілкування : навчальний посібник.. Вінниця : ВНТУ, 2015. 128 с.
8. Холод О. М. Соціальні комунікації: соціо-і психолінгвістичний аналіз : навчальний посібник.. К. : КиМУ, 2010. 391 с.
9. Холод О.М. Соціальні комунікації: тенденції розвитку : навч. посіб. / О. М. Холод. – Київ: Видавництво «Білий Тигр», 2018. – 370 с.
10. Холод О. М. ЗМІ та імідж політиків: монографія / О.М. Холод. – К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2004. – 342 с.
11. Шотурма Н. В. ДІДЖИТАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ОДИН ІЗ МЕХАНІЗМІВ ВЗАЄМОДІЇ З ГРОМАДСЬКІСТЮ. Вісник Прикарпатського університету. Сер. : Політологія. Івано-Франківськ : ЛІК, 2019. Вип. 13. С. 86-93.

12. Шотурма Н. В. Імідж регіону як компонент державної інформаційної політики України. Держава та регіони. Сер. : Державне управління. – Запоріжжя : Класич. приват. ун-т, 2015. С. 81–85.
13. Шотурма Н. В. Інтернет як механізм здійснення державної інформаційної політики в місцевих органах виконавчої влади. Вісник Прикарпатського університету. Сер. : Політологія. Івано-Франківськ : ЛІК, 2016. Вип. 10. С. 85–89.
14. Шотурма Н. В. ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА ТА ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА. Вісник Прикарпатського університету. Сер. : Політологія. Івано-Франківськ : ЛІК, 2018. Вип. 12. С. 241-247.
15. Шотурма Н. В. Особливості забезпечення комунікативної політики органів місцевого самоврядування.). URL : <http://regionalstudies.uzhnu.uz.ua/archive/26/8.pdf>
16. Шотурма Н. В. Участь громадськості в інформаційній політиці місцевих органів виконавчої влади. Панорама політологічних студій : науковий вісник Рівненського державного гуманітарного університету. Рівне : РДГУ, 2015. Вип. 13. С. 169–177.
17. Штурхецький С. В. Комунікативний потенціал місцевого самоврядування в Україні. URL : <https://cutt.us/dWx7E>

Додаткова:

18. Бессараб А. Буктрейлер як нове явище у сфері соціальних комунікацій. Держава і регіони. Серія : Соціальні комунікації. 2011. Вип. 2. С. 122-128.
19. Бондаренко І. С. Правові основи масової комунікації : навчально-методичний посібник для студентів факультету журналістики. Запоріжжя : ЗНУ, 2011. 70 с.
20. Гриценко О. М. Мас-медіа у відкритому інформаційному суспільстві й гуманістичні цінності. К. КНУ ім. Т. Шевченка, 2002.
21. Законова А. Засоби масової комунікації : ефективність впливу на аудиторію. Роль ЗМІ в роцесах державотворення. К., 1998.
22. Іванов В. Ф. Деякі моменти когнітивно-регулятивного підходу до масової комунікації. Наукові записки Інституту журналістики. 2001. Т. 4. С. 85-88.
23. Іванов В. Ф. Масова комунікація як соціальне явище. Наукові записки Інституту журналістики. 2002. Т. 6. С. 129-139.
24. Інформаційний простір України: Словник-довідник законодавчих термінів: довідковонавчальне видання / Автор-укладач Я.О.Чепуренко. К.: “Освіта України”, 2008. 544 с.
25. Кайдалова Л. Г., Пляка Л. В. Психологія спілкування : навчальний посібник. Х. : НФаУ, 2011. 132 с.

Викладач доцентка Шотурма Наталія Володимирівна