

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Декал соціально-гуманітарного
факультету
Оксана ГОМОТЮК

2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Директор
навчально-наукового
інституту новітніх
освітніх технологій
Святослав ЦИГЕЛ

2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ:
В.о. проректора
з науково-педагогічної
роботи
Віктор ОСТРОВЕРХОВ

2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА
з дисципліни “Соціальні комунікації та соціальне
партнерство”

ступінь вищої освіти: бакалавр

галузь знань: 02 Культура та мистецтво

спеціальність: 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа

освітньо-професійна програма: Документознавство та
інформаційна діяльність

кафедра інформаційної та соціокультурної діяльності

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (семін.) (год.)	ІРС (год.)	Тренінг, КПЗ (год.)	Самост. робота студ. (год.)	Разом (год.)	Іспит (сем.)
Денна	3	5	28	28	3	8	53	120	5
Заочна	3	5	8	4	-	-	108	120	6

Тернопіль – ЗУНУ
2023

31.08.2023
[Signature]

Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів галузі знань 02 Культура і мистецтво спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, затвердженої Вченою радою ЗУНУ (протокол № 9 від 26.05.2021 р.).

Робочу програму склала кандидат історичних наук, доцент кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності Боднарчук Юлія Юріївна.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності, протокол № 1 від 28.08.2023 р.

Завідуюча кафедри,
кандидат історичних наук, доцент _____ Ірина НЕДОШИТКО



Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, протокол № 1 від 30.08.2023 р.

Керівник групи
забезпечення спеціальності _____


(підпис)

Оксана ГОМОТЮК

Голова ОПП _____


(підпис)

Леся БІЛОВУС

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ “Соціальні комунікації та соціальне партнерство”

1. Опис дисципліни “Соціальні комунікації та соціальне партнерство”

Дисципліна “Соціальні комунікації та соціальне партнерство”	Галузь знань, спеціальність, СВО	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів – 4	галузь знань – 02 культура та мистецтво	Статус дисципліни нормативна Мова навчання українська
Кількість залікових модулів – 4	спеціальність 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа	Рік підготовки: <i>Денна – 3</i> <i>Заочна - 3</i> Семестр: <i>Денна – 5</i> <i>Заочна - 5</i>
Кількість змістових модулів – 2	ступінь вищої освіти – бакалавр	Лекції: <i>Денна – 28 год.</i> <i>Заочна - 8</i> Практичні заняття: <i>Денна – 28 год.</i> <i>Заочна -4</i>
Загальна кількість годин – 120		Самостійна робота: <i>Денна – 53 год.</i> <i>Тренінг, КПЗ – 8 год.)</i> <i>Заочна - 108</i> Індивідуальна робота: <i>Денна – 3 год.</i> <i>Заочна -</i>
Тижневих годин – 10, з них аудиторних – 3		Вид підсумкового контролю <i>Денна – іспит</i> <i>Заочна – іспит</i>

2. МЕТА Й ЗАВДАННЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО»

2.1. Мета вивчення дисципліни:

Нормативна дисципліна «Соціальні комунікації та соціальне партнерство» для студентів спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа має дати цілісне уявлення про феномен міжкультурних комунікацій, основні напрямки теорії міжкультурної комунікації та дослідження конкретних форм і засобів комунікації в сучасних культурах світу, про основні поняття та моделі комунікації, а також комунікаційні технології в інформаційному суспільстві. Курс «Соціальні комунікації та соціальне партнерство» є методологічною ланкою, що об'єднує документно-інформаційну та комунікативно-інформаційну складові підготовки студентів.

2.2. Завдання вивчення дисципліни

2.3. Завдання вивчення дисципліни:

У результаті вивчення дисципліни «Соціальні комунікації та соціальне партнерство» студент буде

мати уявлення про:

- дисципліну Соціальні комунікації та соціальне партнерство в системі наук;
- виникнення та етапи розвитку комунікаційної діяльності в суспільстві
- типи комунікації, комунікаційний процес;
- комунікаторів та комунікантів як суб'єктів комунікаційного процесу;
- мову, засоби і зміст комунікації, аудиторію комунікації,
- інформаційний обмін в комунікативних системах;

знати:

- головні парадигми та теоретичні моделі комунікації;
- засадничі поняття теорії соціальних комунікацій;
- етапи розвитку комунікаційної діяльності в суспільстві;
- головні елементи комунікаційного процесу;
- форми здійснення процесу комунікації;
- фактори, що впливають на процес комунікації;
- правила організації ефективного спілкування;
- правила використання знаків і знакових систем у спілкуванні;
- причини виникнення комунікативних бар'єрів;
- способи встановлення зворотного зв'язку з аудиторією;

вміти:

- узагальнювати, проводити аналіз і синтез інформації по соціальних комунікаціях в співвідношенні з іншими дисциплінами;
- використовувати комунікативну компетенцію для ефективної взаємодії в різних сферах спілкування;
- проводити відбір і систематизацію інформаційних матеріалів, що використовуються з комунікативною метою в різних суспільних сферах;
- розвивати базові вербальні і невербальні уміння в різних видах навчальної і професійної діяльності;
- використовувати засоби масової комунікації для отримання, переробки і створення актуальної інформації у вигляді документів, рефератів, доповідей, статей, інтерв'ю;
- вдосконалювати особистісну комунікаційну компетентність, використовуючи отримані спеціальні знання, навички та вміння міжособистісної комунікації.

2.3. Найменування та опис компетентностей, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни.

Кожен студент повинен отримати повний набір компетентностей, формування яких здійснюється через результати навчання. Результати навчання мають формуватися таким чином, щоб досягнути однієї з декількох перерахованих нижче компетентностей:

- Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- Здатність працювати в команді.
- Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

2.4. Передумови для вивчення дисципліни

Навчальна дисципліна «Соціальні комунікації і соціальне партнерство» вивчається на основі знань, які були отримані студентами з української мови, історії та культури. Дана дисципліна є вступною в систему гуманітарно-правових знань розкриває сутність культурологічних процесів держав у розрізі часу. Знання здобуті у результаті вивчення дисципліни є основою для вивчення решти навчальних курсів, що передбачені навчальним планом підготовки фахівців у галузі культура та мистецтво за спеціальністю дизайн. Вона передує вивченню інших дисциплін, таких як філософія, політологія, іноземна мова.

2.5. Результати навчання.

Здатність застосовувати сучасні методики проектування одиничних, комплексних, багатофункціональних об'єктів дизайну;

- Здатність застосовувати знання історії українського і зарубіжного мистецтва та дизайну в художньо-проектній діяльності;
- Здатність застосовувати у проектно-художній діяльності спеціальні техніки та технології роботи у відповідних матеріалах (за спеціалізаціями);
- датність створювати ресурси для мережі Internet та реалізувати дизайнерський задум засобами мов розмітки, CSS і клієнтських скриптів для розміщення в мережі;
- Здатність до застосовування основ художньої композиції та графічного дизайну при розробці графічних інтерфейсів, мультимедійних та електронних продуктів;

3. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ «СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО»

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДИСЦИПЛІНИ СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

Тема 1. Соціальні комунікації в поняттєвому вимірі та історичному контексті.

I. Соціальні комунікації: теорія та історія.

- 1.1. Історія виникнення .
- 1.2. Фундаментальна значимість СК для людської цивілізації.
- 1.3. Теорія комунікації та соціальна комунікація – спільне та відмінне.

II. Поняття про соціальну комунікацію

- 2.1. Буденне та наукове розуміння комунікації.
- 2.2. Проблема сенсу і розуміння в соціальній комунікації

III. Соціальний простір і соціальний час

- 3.1. Особливості соціального простору
- 3.2. Відмінності в сприйнятті соціального та астрономічного часу соціального працівника.

Тема 2. Комунікаційна діяльність і спілкування.

I. Комунікаційні дії та їх форми.

- 1.1. Наслідування - одна з найдавніших форм передачі смислів.
- 1.2. Діалог як форма комунікаційної взаємодії.
- 1.3. Управління - комунікаційна дія як засіб досягнення своїх цілей.

II. Види, рівні, форми комунікаційної діяльності

- 2.1. Структура комунікаційної діяльності
- 2.2. Види і рівні комунікаційної діяльності
- 2.3. Зміст мікро-, міді-, макрокомунікації

III. Співпраця і конфлікт в комунікаційній діяльності

- 3.1. Змістовні характеристики співробітництва в комунікаційній діяльності.
- 3.2. Конфлікт як соціально-комунікаційне явище (підходи до оцінки, стадії і стратегії дозволу, методи управління).

Тема 3. Комунікаційна гра в процесі діяльності

I. Гра як творча комунікаційна дія

- 1.1. Гра та її відмінні ознаки.
- 1.2. Типізація ігор.

II. Гра як нетворча комунікаційна дія.

- 2.1. Відмінні ознаки псевдогри.
- 2.2. Обрядовий і повсякденний ритуал.

III. Правда і брехня в комунікаційній діяльності

- 3.1. Правда і брехня як характеристики комунікаційної діяльності
- 3.2. Відмінні особливості правди й істини
- 3.3. Неправда і її різновиди
- 3.4. Принцип правдивості і його трактування
- 3.5. Інтерпретації принципу правдивості на різних рівнях комунікаційної діяльності

IV. Принцип правдивості в комунікаційній діяльності

4.1. Принцип правдивості и його трактовка

4.2. Інтерпретації принципу правдивості на різних рівнях комунікаційної діяльності

Тема 4. Соціальна пам'ять

I. Види пам'яті та мнемічні дії

1.1. Типи пам'яті та їх основні характеристики

1.2. Мнемічна діяльність та мнемічні дії

1.3. Види соціальної пам'яті

1.4. Особливості роботи пам'яті

II. Інформаційна модель індивідуальної пам'яті

2.1. Структурно-функціональна блок-схема.

2.2. Особливості інформаційної моделі.

III. Групова соціальна пам'ять

3.1. Структура групової соціальної пам'яті

3.2. Структура соціальної пам'яті суспільства:

3.2.1. соціальне несвідоме;

3.2.2. культурна спадщина: духовна і матеріальна культура

IV. Структура соціальної пам'яті суспільства

4.1. Шари соціальної пам'яті суспільства.

4.2. Неупредметнена культурна спадщина.

4.3. Упредметнена культурна спадщина.

Тема 5. Комунікаційні канали та комунікаційні перешкоди

I. Різновиди комунікаційних каналів

1.1. Сучасне трактування поняття «канал комунікації»

1.2. Класифікація комунікаційних каналів (КК):

1.2.1. природні КК;

1.2.2. штучні КК.

II. Еволюція комунікаційних каналів.

2.1. Біфуркація комунікаційних каналів.

2.2. Закономірності еволюції соціальних комунікацій

III. Специфіка бар'єрів соціальної комунікації

3.1. Класифікація бар'єрів усної комунікації

3.2. Особливості класифікації бар'єрів документної комунікації

3.3. Підходи до класифікації бар'єрів електронної комунікації.

Тема 6. Комунікація як функція управління в організаціях

I. Комунікація як управлінська діяльність

1.1. Організація і управління.

1.2. Особливості комунікацій внутрішнього середовища організації

1.3. Характеристика комунікацій зовнішнього середовища організації

II. Комунікації в організації

2.1. Організаційна структура системи управління

2.2. Особливості внутрішніх комунікацій

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

ВИДИ КОМУНІКАЦІЇ

Тема 7. Публічна комунікація

1. Поняття про публічну комунікацію

2. Форми публічної комунікації

3. Жанри публічної комунікації

Тема 8. Особливості публічної комунікації: виступ перед аудиторією

I. Загальні положення про публічний виступ та його види

1.1 Поняття публічного виступу. Підбір теми на виступ

1.2 Класифікація публічних виступів

II. Елементи виступу, які сприяють його успішності

2.1 Установлення контакту з аудиторією та поведінка оратора

2.2 Мовлення як засіб досягнення успіху при виступі

2.3 Поза, жести, міміка оратора

III. Підготовка до виступу, як головна передумова успіху публічного виступу

3.1. Види підготовки до виступу

3.2 Основні етапи підготовки тексту промови до виступу

IV. Практичні поради оратору, для успіху публічного виступу

Тема 9. Ділова комунікація на міжнародному рівні.

I. Міжкультурна комунікація: концепція ділових культур

1.1. Поняття міжкультурної комунікації

1.2. Концепція ділових культур в міжнародних комунікаціях

1.3. Рівні міжкультурної комунікації

II. Кроскультурна комунікація та її особливості

1. Сучасні підходи до вивчення кроскультурної комунікації

2. Форми міжкультурної комунікації

Тема 10. Політична комунікація в діловому світі

I. Політична комунікація в сучасному світі

1.1. Визначення понять «влада» і «політика».

1.2. Етапи формування загальної теорії політичної комунікації.

1.3. Понятійний апарат загальної теорії політичної комунікації: типи, рівні, функції.

II. Політична комунікація (ПК) як комунікаційний процес

2.1. Інформаційне середовище комунікаційних процесів ПК.

2.2. Моделі ПК.

2.3. Засоби, способи і види ПК.

Змістовий модуль III. **КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІУМІ**

Тема 11. Невербальна комунікація

1. Фонація

2. Кінесика

2.1. Жести у системі невербальних засобів комунікації

2.2. Види жестів

2.2.1. Ритмічні жести

2.2.2. Емоційні жести

2.2.3. Жести-знаки

2.2.4. Вказівні жести

2.2.5. Образотворчі жести

2.2.6. Жести-символи

2.3. Роль жестів у виникненні звукової мови

3. Інші невербальні засоби комунікації

- 3.1. Мова прапорів
- 3.2. Мова свисту
- 3.3. Мова музичних інструментів
- 3.4. Мова вигуків

Тема 12. Проблеми конфліктів у спілкуванні людей

- 1. Поняття конфліктів, їх особливості
- 2. Конфліктна ситуація, складові та етапи розвитку
- 3. Основні типи конфліктів
- 4. Способи вирішення конфліктів
- 5. Конфлікти під час спілкування з дітьми

Тема 13. Психологічні основи спілкування

- 1. Характеристика, функції та класифікація спілкування
- 2. Психологічні особливості спілкування
- 3. Культура спілкування: практичні поради

Тема 14. Комп'ютерний дискурс

- 1. Лексико-стилістичні особливості комп'ютерного дискурсу
 - 1.1. Комп'ютерний дискурс як соціальна підсистема мови
 - 1.2. Аналіз розвитку українського комп'ютерного жаргону як нової субкультури
- 2. Місце комп'ютерного дискурсу в комунікативному середовищі
 - 2.1. Загальні характеристики комп'ютерного спілкування
 - 2.2. Графічні засоби передачі емоцій під час комп'ютерного спілкування
 - 2.3. Лінгвістичні характеристики комп'ютерного дискурсу

Тема 15. Комунікації в системі маркетингу

- 15.1. Сутність маркетингових комунікацій.
- 15.2. Класифікація маркетингових комунікацій.
- 15.3. Інтегровані маркетингові комунікації.
- 15.4. Синтетичні засоби маркетингових комунікацій:
 - 15.4.1. виставки та ярмарки;
 - 15.4.2. брендинг;
 - 15.4.3. спонсорство.
- 15.5. Інтернет-маркетинг: тактика і стратегії.

4. СТРУКТУРА ЗАЛІКОВОГО КРЕДИТУ ДИСЦИПЛІНИ

«соціальні комунікації та соціальне партнерство»

**4.1. Розподіл навчальних годин за модулями
(денна форма навчання)**

	Кількість годин		
--	-----------------	--	--

<i>Тема</i>	Лекції	Практичні заняття	Тренінг, КПЗ	Самостійна робота	Індивідуальна робота	Контрольні заходи
<u>Змістовий модуль 1.</u> ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ						
Тема 1. Соціальні комунікації в поняттєвому вимірі та історичному контексті.	2	2		4		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
Тема 2. Комунікаційна діяльність і спілкування.	2	2		5		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
Тема 3. Комунікаційна гра в процесі діяльності	2	2	2	4	1	Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
Тема 4. Соціальна пам'ять	2	2		4		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
Тема 5. Комунікаційні канали та комунікаційні	2	2		4		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
Тема 6. Комунікація як функція управління в організації	2	2		4		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань

Тема 7. Публічна комунікація	2	2	2	4	1	Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
<u>Змістовий модуль II.</u> ВИДИ КОМУНІКАЦІЇ						
Тема 8. Особливост і публічної комунікації: виступ перед аудиторією	2	2		4		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
Тема 9. Ділова комунікація на міжнародно му рівні.	2	2	2	4		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
Тема 10. Політична комунікація в діловому світі	2	2	-	2		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
<u>Змістовий модуль III.</u> КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІУМІ						
Тема 11. Невербальні засоби комунікації	2	2	1	2		Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
Тема 12. Проблеми конфліктів у спілкуванні	2	2				Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
Тема 13. Психологічні основи спілкування	2	2				Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань

Тема 14. Комп'ютерний дискурс	1	1				Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
Тема 15. Комунікації в системі маркетингу	1	1	2			Опитування, тестування, розв'язування проблемних завдань
Всього:	28	28	8	53	3	Іспит

4.1. Заочна форма навчання

Тема	Кількість годин		
	Лекції	Практичні заняття	Самост. робота
<u>Змістовий модуль 1.</u> ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА СОЦІАЛЬНОГО ПРТНЕРСТВА			
Тема 1. Соціальні комунікації в поняттєвому вимірі та історичному контексті.	2	-	8
Тема 2. Комунікаційна діяльність і спілкування.		-	7
Тема 3. Комунікаційна гра в процесі діяльності			7
Тема 4. Соціальна пам'ять		-	7
Тема 5. Комунікаційні канали та комунікаційні перешкоди	2		7
Тема 6. Комунікація як функція управління в організаціях		1	7
<u>Змістовий модуль II.</u> ВИДИ КОМУНІКАЦІЙ			
Тема 7. Публічна комунікація	2		7
Тема 8. Особливості публічної комунікації: виступ перед аудиторією		2	7
Тема 9. Ділова комунікація на міжнародному рівні.			7
Тема 10. Політична комунікація в діловому світі			7

Змістовий модуль III КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІУМІ			
Тема 11. Невербальні засоби комунікації	2		7
Тема 12. Проблеми конфліктів у спілкуванні людей			7
Тема 13. Психологічні основи спілкування			7
Тема 14. Комп'ютерний дискурс			7
Тема 15. Комунікації в системі маркетингу		1	8
Всього:	8	4	108
<i>Підсумковий контроль</i>		<i>Іспит</i>	

5. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Тема 1. Соціальні комунікації в поняттєвому вимірі та історичному контексті.

I. Соціальні комунікації: теорія та історія.

- 1.1. Історія виникнення .
- 1.2. Фундаментальна значимість СК для людської цивілізації.
- 1.3. Теорія комунікації та соціальна комунікація – спільне та відмінне.

II. Поняття про соціальну комунікацію

- 2.1. Буденне та наукове розуміння комунікації.
- 2.2. Проблема сенсу і розуміння в соціальній комунікації

III. Соціальний простір і соціальний час

- 3.1. Особливості соціального простору
- 3.2. Відмінності в сприйнятті соціального та астрономічного часу соціального працівника.

Тема 2. Комунікаційна діяльність і спілкування.

I. Комунікаційні дії та їх форми.

- 1.1. Наслідування - одна з найдавніших форм передачі смислів.
- 1.2. Діалог як форма комунікаційної взаємодії.
- 1.3. Управління - комунікаційна дія як засіб досягнення своїх цілей.

II. Види, рівні, форми комунікаційної діяльності

- 2.1. Структура комунікаційної діяльності
- 2.2. Види і рівні комунікаційної діяльності
- 2.3. Зміст мікро-, міді-, макрокомунікації

III. Співпраця і конфлікт в комунікаційній діяльності

- 3.1. Змістовні характеристики співробітництва в комунікаційній діяльності.
- 3.2. Конфлікт як соціально-комунікаційне явище (підходи до оцінки, стадії і стратегії дозволу, методи управління).

Тема 3. Комунікаційна гра в процесі діяльності

I. Гра як творча комунікаційна дія

- 1.1. Гра та її відмінні ознаки.
- 1.2. Типізація ігор.

II. Гра як нетворча комунікаційна дія.

- 2.1. Відмінні ознаки псевдогри.
- 2.2. Обрядовий і повсякденний ритуал.

III. Правда і брехня в комунікаційній діяльності

- 3.1. Правда і брехня як характеристики комунікаційної діяльності
- 3.2. Відмінні особливості правди й істини

- 3.3. Неправда і її різновиди
- 3.4. Принцип правдивості і його трактування
- 3.5. Інтерпретації принципу правдивості на різних рівнях комунікаційної діяльності
- IV. Принцип правдивості в комунікаційній діяльності
- 4.1. Принцип правдивості и його трактовка
- 4.2. Інтерпретації принципу правдивості на різних рівнях комунікаційної діяльності

Тема 4. Соціальна пам'ять

- I. Види пам'яті та мнемічні дії
- 1.1. Типи пам'яті та їх основні характеристики
- 1.2. Мнемічна діяльність та мнемічні дії
- 1.3. Види соціальної пам'яті
- 1.4. Особливості роботи пам'яті
- II. Інформаційна модель індивідуальної пам'яті
- 2.1. Структурно-функціональна блок-схема.
- 2.2. Особливості інформаційної моделі.
- III. Групова соціальна пам'ять
- 3.1. Структура групової соціальної пам'яті
- 3.2. Структура соціальної пам'яті суспільства:
 - 3.2.1. соціальне несвідоме;
 - 3.2.2. культурна спадщина: духовна і матеріальна культура
- IV. Структура соціальної пам'яті суспільства
- 4.1. Шари соціальної пам'яті суспільства.
- 4.2. Неупредметнена культурна спадщина.
- 4.3. Упредметнена культурна спадщина.

Тема 5. Комунікаційні канали та комунікаційні перешкоди

- I. Різновиди комунікаційних каналів
- 1.1. Сучасне трактування поняття «канал комунікації»
- 1.2. Класифікація комунікаційних каналів (КК):
 - 1.2.1. природні КК;
 - 1.2.2. штучні КК.
- II. Еволюція комунікаційних каналів.
- 2.1. Біфуркація комунікаційних каналів.
- 2.2. Закономірності еволюції соціальних комунікацій
- III. Специфіка бар'єрів соціальної комунікації
- 3.1. Класифікація бар'єрів усної комунікації
- 3.2. Особливості класифікації бар'єрів документної комунікації
- 3.3. Підходи до класифікації бар'єрів електронної комунікації.

Тема 6. Комунікація як функція управління в організаціях

- I. Комунікація як управлінська діяльність
- 1.1. Організація і управління.
- 1.2. Особливості комунікацій внутрішнього середовища організації
- 1.3. Характеристика комунікацій зовнішнього середовища організації
- II. Комунікації в організації
- 2.1. Організаційна структура системи управління
- 2.2. Особливості внутрішніх комунікацій

Тема 7. Публічна комунікація

- 1. Поняття про публічну комунікацію
- 2. Форми публічної комунікації
- 3. Жанри публічної комунікації

Тема 8. Особливості публічної комунікації: виступ перед аудиторією

I. Загальні положення про публічний виступ та його види

1.1 Поняття публічного виступу. Підбір теми на виступ

1.2 Класифікація публічних виступів

II. Елементи виступу, які сприяють його успішності

2.1 Установлення контакту з аудиторією та поведінка оратора

2.2 Мовлення як засіб досягнення успіху при виступі

2.3 Поза, жести, міміка оратора

III. Підготовка до виступу, як головна передумова успіху публічного виступу

3.1. Види підготовки до виступу

3.2 Основні етапи підготовки тексту промови до виступу

IV. Практичні поради оратору, для успіху публічного виступу

Тема 9. Ділова комунікація на міжнародному рівні.

I. Міжкультурна комунікація: концепція ділових культур

1.1. Поняття міжкультурної комунікації

1.2. Концепція ділових культур в міжнародних комунікаціях

1.3. Рівні міжкультурної комунікації

II. Кроскультурна комунікація та її особливості

1. Сучасні підходи до вивчення кроскультурної комунікації

2. Форми міжкультурної комунікації

Тема 10. Політична комунікація в діловому світі

I. Політична комунікація в сучасному світі

1.1. Визначення понять «влада» і «політика».

1.2. Етапи формування загальної теорії політичної комунікації.

1.3. Понятійний апарат загальної теорії політичної комунікації: типи, рівні, функції.

II. Політична комунікація (ПК) як комунікаційний процес

2.1. Інформаційне середовище комунікаційних процесів ПК.

2.2. Моделі ПК.

2.3. Засоби, способи і види ПК.

Тема 11. Невербальна комунікація

1. Фонація

2. Кінесика

2.1. Жести у системі невербальних засобів комунікації

2.2. Види жестів

2.2.1. Ритмічні жести

2.2.2. Емоційні жести

2.2.3. Жести-знаки

2.2.4. Вказівні жести

2.2.5. Образотворчі жести

2.2.6. Жести-символи

2.3. Роль жестів у виникненні звукової мови

3. Інші невербальні засоби комунікації

3.1. Мова прапорів

3.2. Мова свисту

3.3. Мова музичних інструментів

3.4. Мова вигуків

Тема 12. Проблеми конфліктів у спілкуванні людей

1. Поняття конфліктів, їх особливості
2. Конфліктна ситуація, складові та етапи розвитку
3. Основні типи конфліктів
4. Способи вирішення конфліктів
5. Конфлікти під час спілкування з дітьми

Тема 13. Психологічні основи спілкування

1. Характеристика, функції та класифікація спілкування
2. Психологічні особливості спілкування
3. Культура спілкування: практичні поради

Тема 14. Комп'ютерний дискурс

1. Лексико-стилістичні особливості комп'ютерного дискурсу
 - 1.1. Комп'ютерний дискурс як соціальна підсистема мови
 - 1.2. Аналіз розвитку українського комп'ютерного жаргону як нової субкультури
2. Місце комп'ютерного дискурсу в комунікативному середовищі
 - 2.1. Загальні характеристики комп'ютерного спілкування
 - 2.2. Графічні засоби передачі емоцій під час комп'ютерного спілкування
 - 2.3. Лінгвістичні характеристики комп'ютерного дискурсу

Тема 15. Комунікації в системі маркетингу

- 15.1. Сутність маркетингових комунікацій.
- 15.2. Класифікація маркетингових комунікацій.
- 15.3. Інтегровані маркетингові комунікації.
- 15.4. Синтетичні засоби маркетингових комунікацій:
 - 15.4.1. виставки та ярмарки;
 - 15.4.2. брендинг;
 - 15.4.3. спонсорство.
- 15.5. Інтернет-маркетинг: тактика і стратегії.

6. Комплексне практичне індивідуальне завдання та тренінг (8 годин)

Індивідуальне завдання з дисципліни «Соціальні комунікації і соціальне партнерство» самостійно виконує кожен студент на основі засвоєння програмного матеріалу. КПЗ має охоплювати всі основні теми дисципліни. Виконання КПЗ – один з обов'язкових складових модулів залікового кредиту з дисципліни «Соціальні комунікації і соціальне партнерство». КПЗ потрібно оформлювати відповідно до встановлених вимог.

КПЗ повинен містити такі розділи:

1. Титульний аркуш містить:

- назву університету;
- назву кафедри;

- назву навчальної дисципліни;
- номер академічної групи;
- дату подання викладачеві на перевірку – день, місяць, рік.

2. **Зміст.**

3. **Вступ.** Вступ розкриває сутність, стан наукового завдання і його значення. Тут само вказують мету й завдання дослідження.

4. **Основна частина.** Розкриває наукове дослідження і відповідає обраній темі, вступу й висновкам роботи.

5. **Висновки.** У висновках вказують результати, отримані при проведенні дослідження, пропозиції або рекомендації щодо вирішення поставленого завдання відповідно до результатів дослідження.

6. **Список літератури.** Джерела розміщують за абеткою прізвищ авторів або заголовків. Оформлюють у такому порядку

- використана література (у т. ч. періодична);
- література іноземними мовами;

• Інтернет джерела з обов'язковою позначкою, яка інформація міститься на цьому сайті (порталі). Неприпустиме посилання пошуків на сайти.

7. **Вимоги до оформлення.** Шрифт TimesNewRoman, 14, півторачний інтервал; поля: верхнє й нижнє – 20 мм, ліве – 25 мм, праве – 15 мм.

Тематика КПЗ

Варіанти КПЗ з дисципліни

«Соціальні комунікації і соціальне партнерство»

1. Розвиток засобів комунікації в процесі антропогенезу.
2. Розвиток технічних засобів комунікації.
3. Проблема комунікації в античній культурі
4. Комунікативна проблематика в християнській культурі.
5. Проблема комунікації в епоху Відродження й Новий час.
6. Філософські підходи до побудови теорії комунікації.
7. Проблема спілкування у Ф. Шляйєрмахера.
8. Семіотика й теорія Ч. Пірса.
9. Критика комунікації Ф. Ніцше.
10. Проблеми комунікації в екзистенціалізмі.
11. «Криза спілкування» Е. Муньє.
12. Типи відносин М. Бубера.
13. Комунікативна концепція Б. Потятиника.
14. Філолофсько-методологічні основи герменевтики як теорії комунікації.
15. Герменевтичеська феноменологія Г.Г. Шпета.
16. Онтологічний напрямок у герменевтиці – М. Гайдеггер.
17. Герменевтичні ідеї Г.Г. Гадамера.
18. Проблеми комунікації в аналітичній філософії.
19. Логічний позитивізм Б. Рассела.
20. Комунікативні проблеми в лінгвістичній філософії (Л. Вітгенштайн).
21. «Повсякденна мова» Дж. Остіна.
22. Семіотика й теорія Ч. Морріса.
23. Значення комунікації в сучасному суспільстві (Ю. Габермас).
24. Технократичний підхід до вивчення комунікації.
25. Теорія інформаційного суспільства.

26. Теорія Г.М. Маклюена.
27. Математична теорія комунікації К. Шеннона.
28. Інтеракційний підхід теорії комунікації
29. Інтеракціоністський культурологічний підхід до вивчення комунікації.
30. Теорія міжкультурного характеру комунікації.
31. Теорія «особи» С. Тінг-Тумі.
32. Діалектична теорія відносин Л. Бакстера
33. Теорія зниження невизначеності Ч. Бергера.
34. Теорія керування невизначеністю У. Гудікунста.
35. Лінгвістичні підходи до вивчення теорії комунікації.
36. Структурна лінгвістика Ф. де Соссюра
37. Соціолінгвістичний підхід у теорії комунікації.
38. Теорії масової комунікації
39. Основні методи теорії комунікацій
40. Відмінності в комунікативних спроможностях людини й тварин.
41. «Комунікативний поворот» у філософії ХХ ст.
42. Становлення інформаційно-комунікативного суспільства в Україні.
44. Інформаційна концепція комунікації.
45. Кібернетичні аспекти комунікації.

Тренінг з дисципліни

Порядок проведення тренінгу

Вступна частина проводиться з метою ознайомлення студентів з темою тренінгового заняття.

Організаційна частина полягає у створенні робочого настрою у колективі студентів, визначенні правил у вигляді таблиць, бланків документів.

Практична частина реалізується шляхом виконання завдань у групах студентів у кількості 3–5 осіб з певних проблемних питань теми тренінгового заняття.

Підведення підсумків. Обговорюють результати виконаних завдань у групах. Обмін думками з питань, які виносили на тренінгові заняття.

№ з/п	Тематика	К-сть год.
1	Політична комунікація	1
2	Політична комунікація в інформаційному суспільстві	1
3	Публічна комунікація	1
4	Міжнародна комунікація	1
Разом:		4

8. Самостійна робота

Діяльність студента щодо освоєння окремих тем, проблем, питань і джерел, передбачених навчальним планом курсу «Соціальні комунікації і соціальне партнерство» і винесених на самостійне опрацювання, має статус *самостійної роботи студента*.

Мета самостійної роботи: глибоке та всебічне осмислення інформації, внутрішня мотивація до самостійно-пошукової діяльності.

Форми контролю: поточний (усне фронтальне та індивідуальне опитування, тестування, модульні контрольні роботи) та підсумковий (залік).

Самостійна робота студентів із дисципліни «Соціальні комунікації і соціальне партнерство» передбачає:

- активне слухання й діалог з викладачем та аудиторією в ході лекційних занять;
- опрацювання навчальної (основної і додаткової) літератури до кожного лабораторного заняття;
- самостійне вивчення окремих питань курсу;
- виконання лабораторних завдань;
- підготовку до контрольних робіт;
- підготовку до захисту КПЗ.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН З ТЕМ, ВИНЕСЕНИХ НА САМОСТІЙНЕ ВИВЧЕННЯ

<i>№ з/п</i>	<i>Назва теми</i>	<i>К-сть годин</i>	<i>Рекомендована література</i>
	Комунікативна компетентність у системі фахової підготовки соціального працівника	3/6	основна – 23, 24, 27, 32, 35, додаткова – 42, 47, 59
	Еволюція комунікативних каналів	3/6	основна – 17, 19, 23, 24, 27, 32, 35, додаткова – 43, 147, 176
	Моделі масової комунікації	3/6	основна – 19, 22, 27, 28, 32, 33, 36, додаткова – 79, 107
	Типологія комунікативних невдач (девіацій)	3/6	основна – 19, 32, додаткова – 76, 109
	Соціальні аспекти використання Інтернету	3/6	основна – 27, 35, додаткова – 60, 78, 130
	Сучасні тенденції комунікації: глобалізація, демасовізація, конгломерація, конвергенція	3/6	основна – 18, 24, 27, 33, додаткова – 60, 103
	Комунікативна культура сперечання	3/6	основна – 1, 13, 17, 26, додаткова – 73, 92, 108, 109
	Способи встановлення зворотного зв'язку з аудиторією	3/6	основна – 17, 19, 27, 34, додаткова – 80, 136, 143,
	Стратегії писемних комунікацій	3/6	основна – 17, 25, 32, 34, додаткова – 7, 8, 67, 106
	Невербальне спілкування у ділових ситуаціях	3/6	основна – 17, 19, 27, 28, 32, додаткова – 80, 112
	Почуттєво-емоційна комунікація	3/6	основна – 17, 19, 20, 27, додаткова – 43, 50, 109
	Мережа LinkedIn для документознавців	3/6	основна – 19, 27, 28, 32, додаткова – 37, 50, 64, 129

Використання органами державної влади новітніх каналів публічної комунікації: переваги, недоліки, перспективи	3/6	основна – 21, 29, 35, додаткова – 48, 78
Правила складання ділових листів	3/6	основна – 28, 34, додаткова – 38, 44, 65, 113, 121
Комунікативний зміст поняття «політична кухня»	3/6	основна – 29, 30, 32, додаткова – 85
Техніка використання е-презентацій та інфографіки в публічній комунікації	3/6	основна – 17, 19, 25, 30, 34, додаткова – 68
Типи сприйняття міжкультурних відмінностей	3/6	основна – 23, 24, 27, 32, 35, додаткова – 149, 183, 187
Кризові та конфліктні комунікації	3/6	основна – 19, 23, 24, 27, 32, 35, додаткова – 43, 147, 176

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Міжкультурні комунікації» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- наскрізні проекти;
- командні проекти;
- аналітичні звіти, реферати, есе;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів КПІЗ;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- ректорська контрольна робота;
- екзамен;
- інші види індивідуальних та групових завдань.

Види роботи студента:

1. Робота на практичних заняттях

- участь в обговоренні питань;
- презентаційні виступи на заняттях;
- застосування кейс-методу;
- активна участь у ділових іграх, дебатах;
- розв'язання тестових завдань.

2. Самостійна робота:

- робота з джерелами;
- презентація результатів;
- виконання студентського проекту (КПІЗ).

2. Контрольні зрізи (написання модульної роботи).

При викладанні навчальної дисципліни «Міжкультурні комунікації» використовуються інформаційно-ілюстративний та проблемний методи навчання для проведення занять і організації самостійної роботи студентів:

- лекції (оглядові, з докладним викладенням навчального матеріалу, розв'язанням ситуативних завдань; використання інтерактивних методів, технічних засобів);
- лабораторні заняття (групові заняття із розгляду типових ситуацій з опитуванням студентів, виконання завдань за індивідуальними варіантами під керівництвом викладача);
- самостійна робота студента (форми, обсяги та види безпосередньо пов'язані із методикою і організацією аудиторної роботи, із станом забезпечення студента дидактичними і навчально-методичними матеріалами і передбачає опрацювання теоретичного матеріалу, викладеного на лекціях, самостійне вивчення певного теоретичного матеріалу, підготовку до практичних робіт, тестування і самоаналіз навчальної роботи та виконання індивідуальних завдань);
- індивідуальна робота студента під керівництвом викладача (цей один із видів самостійної роботи студента планується як робота в аудиторії, але є допоміжним і не обов'язковим для відвідування студентом; заняття присвячені додатковому розгляду певних питань з теоретичного матеріалу, складного для самостійного опрацювання, використовуються для здійснення консультацій (в тому числі з тематики індивідуальних завдань та інструкцій до їх виконання), для проведення заходів поточного контролю (ділової гри, контрольних робіт, тестування тощо).
- виконання КПЗ.

Загалом під час викладання курсу використовуються також такі методи навчання: метод вправ, спостереження й аналіз комунікативних феноменів, метод бесіди, методи інтерактивного навчання (ділові ігри, круглі столи тощо), блоковий метод, метод проєктів, case-метод, використання комп'ютерних технологій.

Під час лекцій і лабораторних занять використовуються технічні засоби навчання: плеєр (для відтворення зразків усного мовлення); диктофон (для записування діалогів, публічних виступів тощо з наступним рецензуванням); ПЕОМ (програми комп'ютерного перекладу, автоматичного редагування, презентації).

3.

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів і перескладання. Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності. Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету.

10. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Міжкультурні комунікації» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2 (ректорська контрольна робота)	Заліковий модуль 3 (КПІЗ)	Заліковий модуль 4 (екзамен)
20%	20%	20%	40%
<p>1. Усне опитування на заняттях: 8 тем по 5 балів – максимально 40 балів.</p> <p>2. Письмова робота – максимально 60 балів.</p>	<p>1. Усне опитування на заняттях: 7 тем по 5 балів – максимально 35 балів.</p> <p>2. Письмова робота – максимально 65 балів.</p>	<p>1. Підготовка КПІЗ – максимально 40 балів.</p> <p>2. Захист КПІЗ – максимально 40 балів.</p> <p>3. Участь у тренінгах – максимально 20 балів.</p>	<p>1. Тестові завдання (25 тестів по 2 бали) – максимально 50 балів.</p> <p>2. Практичне завдання – максимально 50 балів.</p>

Шкала оцінювання:

За шкалою Університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
------------------------	------------------------	----------------

90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75–84		C (добре)
65–74	задовільно	D (задовільно)
60–64		E (достатньо)
35–59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1–34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№	Найменування	Номер теми
1.	Електронний варіант лекцій	1–16
2.	Електронний варіант завдань до проведення практичних	1–16
3.	Електронний варіант завдань для самостійної роботи	1–16
4.	Матеріали для дистанційного вивчення курсу	1–16

11. ЛІТЕРАТУРА:

11.1. Методичні праці викладачів кафедри ДІДУ

1. Біловус Л.І. Управління та організація діяльності інформаційних установ / Л.І. Біловус. Тернопіль : Підручники і посібники, 2020. 347 с.
2. Бднрчук Ю. Ю. Методичні рекомендації для виконання комплексного практичного індивідуального завдання з дисципліни «Соціальні комунікації». Тернопіль : ТНЕУ, 2018. 198 с.
3. Гавура О. Соціальні комунікації: навч. посібник для студентів вищ. навч. закладів спеціальності «Документознавство та інформаційна діяльність». Тернопіль: ТОВ «Новий колір», 2021. 252 с.
4. Коноплицька О. Організація документознавства праводілової сфери: Навчально-методичні матеріали до вивчення курсу / О. Коноплицька. Тернопіль: ТНЕУ, 2020. 80 с.
5. Навчальні матеріали для організації самостійної та індивідуальної роботи студентів з курсу «Соціальні комунікації та соціальне партнерство». Тернопіль: ТОВ «Новий колір», 2020. 90 с.
6. Теорія комунікації: електронний курс для дистанційного навчання для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» галузі знань 0201 «Культура» спеціальності 6.010205 «Документознавство та інформаційна діяльність» URL: <http://dl.tntu.edu.ua/61111/#>
7. Шкіцька І.Ю. Лінгвістичні основи документознавства: навч.-метод. посібник для студ. вищих навч. закладів спеціальності «Документознавство та інформаційна діяльність». Тернопіль: Воля, 2018. 256 с.

8. Шкіцька І.Ю. Управлінське документознавство: навч. пос. Для студ. вищих навчальних закладів. Тернопіль : ТОВ «Новий колів», 2019. 252 с.

11.2. Нормативно-правові акти, стандарти

9. ДСТУ 2392-96. Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення. Київ : Держстандарт України, 1996. 53 с.
10. ДСТУ 3843-99. Державна уніфікована система документів. Основні положення. Київ : Держстандарт України, 1999. 26 с.
11. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22 трав. 2003 р. *Україна: закони. М-во юстиції України*. Офіц. вид. Київ: ІнЮре, 2003. 10 с.
12. Про інформацію: Закон України № 2657–ХІІ від 02.10.1992. *Відомості Верховної Ради України*. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2657-12> (Дата перегляду: 26.12.10) .
13. Про захист суспільної моралі: Закон України від 20 листопада 2003 р. № 296-IV *Відомості Верховної Ради України*. 2004. № 14. С. 192.
14. Про культуру: Закон України від 14 грудня 2010 р. № 2778-VI. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2778-17> .
15. Про рекламу: Закон України від 3 липня 1996 р. № 270/96-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 39. С. 181 (у редакції Закону від 11 липня 2004 р. № 1121-IV (Відомості Верховної Ради України. 2004. № 8. С. 62), зі змін. і доп.).
16. Про телебачення і радіомовлення: Закон України від 21 грудня 1993 р. № 3759-ХІІ (у редакції Закону від 12 січня 2006 р. № 3317-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2006. № 18. С. 155.

11.3. Основна література

17. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: ВЦ «Академія», 2014. 344 с.
18. Бацевич Ф. Словник термінів міжкультурної комунікації. Київ: Довіра, 2017. 205 с.
19. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві : психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. Київ : МАУП, 2015. 440 с.
20. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій. Тернопіль: Карт-бланш, 2016. 275 с.
21. Квіт С. Масові комунікації. Київ: НАУКМА, 2019. 206 с.
22. Королько В. Г. Паблік рилейшнз: Наукові основи, методика, практика. [2-ге вид., допов.]. Київ: Ваклер, 2021. 334 с.
23. Ліпінська А. В. Інформаційні ресурси в документознавстві. Київ: Ун-т «Україна», 2017. 329 с.
24. Осовська Г.В. Комунікації в менеджмент. Житомир: ЖІТІ, 2012. 567 с.
25. Почепцов Г. Г. Іміджелогія: теорія і практика. Київ : КНУ, 2020. 202 с.
26. Почепцов Г. Г. Семиотика. Київ : Ваклер, 2021. 432 с.
27. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ : Ваклер, 2018. 656 с.
28. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація». Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
29. Стратегія і тактика комунікації з громадськістю : Метод. посібник В.Г. Королько та ін. Київ: ІНІАН, 2013. 122 с.
30. Швецова-Водка Г. Документознавство: Навч. посіб. Київ: Знання, 2017. 398 с.

11.4. Додаткова література

31. Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Інформаційне забезпечення процесу рішення проблеми на місцевому рівні. 2-ге вид. Кіровоград : ІСКМ, 2013. 116 с.
32. Бебик В. К проблеме коммуникации и ее функции в обществе. *Персонал*. 2004. № 3. С. 28-33.

33. Белова А.Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики. *Мовні і концептуальні картини світу: Зб. наук, праць*. Київ : Логос, 2018. Вип. 10. С. 11-16.
34. Бервено С. Взаємодія державних інституцій з питань технічного захисту інформації в умовах інтеграції України до міжнародного інформаційного простору. *Право України*. 2019. № 11. С. 108–112.
35. Берегова О. До визначення поняття культури: комунікаційний аспект. *Музичне мистецтво і культура: Науковий вісник*. Вип.6, Книга 1. Одеса: Друкарський дім, 2018. С. 68-82.
36. Берегова О. Соціокультурна комунікація в українській національній традиції: історичний аспект. *Українське музикознавство*. Вип. 34: Науково-методичний збірник. Київ: НМАУ імені П. І. Чайковського, 2015. С.12-32.
37. Бернес-Лі Т. Заснування Павутини: З чого починалася і до чого прийде Всесвітня мережа. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 207 с.
38. Богдан С.К. Мовний етикет українців: традиції і сучасність. Київ: Рідна мова, 1998. 475 с.
39. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція. Київ: Основи, 2004. 230 с.
40. Висоцька О.Є. Комунікація як основа соціальних перетворень (у контексті становлення постмодерного суспільства). Дніпропетровськ: Інновація, 2009. 316 с.
41. Владимиров В.М. Хаос Розуміння / Масова комунікація. Київ: КиМУ, 2006. 366 с.
42. Войтович Н. О. Сучасна інформаційна війна: Росія проти України. Обрії друкарства. 2014. № 1. С. 69-78. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/obdr_2014_1_9
43. Габермас Ю. Дії, мовленнєві акти, мовленнєві інтеракції та життєвий світ. *Комунікативна практична філософія*. Київ: Лібра, 1999. С. 287-324.
44. Гірник А.М. Основи конфліктології. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2010. 222 с.
45. Джей Э., Джей Р. Эффективная презентация. Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2022. 176 с.
46. Джеймисон Ф. Постмодернизм и общество потребления. Логос. 2000 № 4. С. 63-77.
47. Ділі Дж. Основи семіотики. Львів: Арсенал, 2021. 232 с.
48. Золотарьова І. О. Автоматизація документообігу. Харків: ХНЕУ, 2018. 156 с.
49. Іванов В. Ф. Соціологія масової комунікації. Черкаси : ЧДУ, 2003. 193 с.
50. Інформаційна війна РФ: канали, сайти, журналісти. URL: [http:// www.volynnews.com/news/society/vnesok-sbu-uspravu-z-protydiy-i-informatsiy-niy-ahresiyi-rf/](http://www.volynnews.com/news/society/vnesok-sbu-uspravu-z-protydiy-i-informatsiy-niy-ahresiyi-rf/)
51. Кабак Л.В. Моделі та методи класифікації текстових документів в спеціалізованих інформаційно-пошукових системах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. техн. наук : спец. 05.13.06 / Л.В. Кабак. Харків: Харк. нац. ун-т радіоелектроніки, 20016. 19 с.
52. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. Київ: Ваклер, 2017. 304 с.
53. Ковалевська Т.Ю. Основи ефективної комунікації: poradnik upravlincevi na shodeny. Одеса: Фенікс, 2018. 140 с.
54. Коммуникационный менеджмент: Сб. докладов. Тольятти: Междунар. акад. бизнеса и банк. дела, 2019. 139 с.
55. Комова М. В. Документознавча термінологія. Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2013. 167 с.
56. Корнев М.Н. Психологія масової поведінки. Київ: Ін-т післядип. освіти Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка, 2010. 124 с.
57. Корнев М.Н. Соціальна психологія. Київ: АТ «Київська книжкова фабрика», 1995. 304 с.
58. Косюк О. М. Теорія масової комунікації. Луцьк: РВВ «Вежа» Волин. держ. ун-ту ім. Л. Українки, 2017. 147 с.
59. Кулик В. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки. Київ: Критика, 2010. 656 с.

60. Курбан О.В. Соціальна комунікація в системі сучасного наукового знання. Інформаційне суспільство. № 10. 2009. С. 64–66; URL: http://elibrary.kubg.edu.ua/1045/1/O.Kurban_SKSSNZ_GI.pdf.
61. Кушнаренко Н.Н. Документоведение. Київ: Знання, 2021. 459 с.
62. Ларина Р. Р. Маркетинговая политика коммуникаций. Донецк: Вебер, 2017. 287 с.
63. Лисица Н.М. Реклама в современном обществе. Харків: Основа, 1999. 271 с.
64. Литовська О. Комунікація. Соціологічна енциклопедія. Київ: Академвидав, 2018. С. 177-178.
65. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій. Т.І, Київ: Київ. нац. екон. ун-т, 2012. 272 с.
66. Луман Н. Реальність мас-медіа. Київ: ЦВП, 2010 158 с.
67. Лютий Т., Ярош О. Культура масова і популярна: теорії та практики. Київ: Вид. ПАРАПАН, 2007. 124 с.
68. Майборода О. О. Маркетингова політика комунікацій. Київ: КНЕУ, 2007. 250 с.
69. Макаренко Є.А. Європейська інформаційна політика. Київ: Наук.-видав. центр «Наша культура і наука», 2020. 368 с.
70. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
71. Мак-Люэн М. Галактика Гуттенберга: сотворение человека печатной культуры. Киев: Ника-Центр, 2013. 432 с.
72. Масові комунікації та їхній вплив на масову та індивідуальну свідомість URL: https://knowledge.allbest.ru/journalism/2c0b65635b3ad78b4d43b89421216c26_0.html.
73. Махмудов Х.З. огли. Реклама в системі маркетингу (теоретичні і практичні аспекти). Полтава: Полтава, 1997. 195 с.
74. Мерло-Понті М. Феноменологія сприйняття. Київ: Укр. Центр духовної культури, 2001. 552 с.
75. Москаленко А. З. Масова комунікація. Київ: Либідь, 1997. 216 с.
76. Норіцина Н.І. Маркетингова політика комунікацій. Київ: МАУП, 2003. 119 с.
77. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія. Київ: Либідь, 2004.
78. Основи інформаційного права України. Київ: Знання, 2004. 274 с.
79. Основи організації електронного документообігу. Київ: ДУІКТ, 2018. 235 с.
80. Павленко А.Ф. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика. Київ: КНЕУ, 2015. 404 с.
81. Павлюк Л. Знак, символ, міф у масовій комунікації. Львів: ПАІС, 2016. 120 с.
82. Пазуха М.Д., Ігнатівич М.В. Реклама у підприємницькій діяльності. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 176 с.
83. Палеха Ю. І. Загальне документознавство. Київ: Ліра-К, 2018. 393 с.
84. Пітерс Дж. Д. Слова на вітрі: історія ідеї комунікації. Київ: Академія, 2004. 302 с.
85. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння. Серія: Медіакритика. Львів: ПАІС, 2014. 312 с.
86. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. Навч. посіб. 2-ге вид., доповн. Київ: Київський університет, 2001. 308 с. URL: <http://socium.ge/downloads/komunikaciisteoria/pochepcov%20teoria%20komunikacii.pdf>
87. Раковська-Башмакова О.С., Русанова Т.М. Психологічний вплив рекламної діяльності на суспільство. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/VMSU/2007-02/07rbosioo.htm.
88. Різун В.В. Лінгвістика впливу. Київ: Вид.-поліграф. центр «Київський університет», 2005. 150 с.
89. Різун В.В. Маси. Київ: Вид.-поліграф. центр «Київ. ун-т», 2013. 118 с.
90. Різун В.В. Природа й структура комунікативного процесу. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1005>.
91. Специфіка впливу соціальної комунікації в мережі інтернет на людину. 2013 URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/20740/1/35-84-85.pdf>.
92. Соціально-комунікаційна діяльність як історико суспільна практика. Монографія. 2015. URL: <http://internal.khntusg.com.ua/fulltext/PAZK/UCHEBNIKI/879.pdf>
93. Фролов П.Д. Громадська думка у соціологічному та соціальн–психологічному вимірах. Збірник наукових статей. Серія: “Психологічні науки: проблеми і здобутки”. КиМУ, 2013.

- Вип.4. 253 с. URL: <https://kymu.edu.ua/zbirnik-naukovikh-prats-psikhologichni-nauki-problemi-i-zdobutki/>.
94. Шапіро О.О. Масова комунікація в on-line вимірі: зміна парадигми [Електронний ресурс] / О. О. Шапіро // *Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого*, 2013. № 2. С. 57-65. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vnyua_2013_2_9.pdf.
 95. Яшенкова О. В. Взаємовідношення комунікації, мови та культури в діловій сфері. *Мова і культура*. Київ: Вид. дім Дмитра Бурого, 2002. Вип. 5. Том III. Ч. 2. С. 263-270.
 96. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації. Київ: ВІД «Академія», 2012. 312 с.
 97. Public Relations для громадських (недержавних) організацій : *Практичні поради на щодень*. Упор. А. Куліш. Київ: УОПРР та «Вінрок Інтернешнл», 2001. 160 с.
 98. Adler R.B., Elmhorst J.M. *Communicating at Work: Principles and Practices for Business and the Professions*. Boston: McGraw-Hill College, 1999. 498 p.
 99. Castells M. *The Information Age: Economy, Society and Culture*. V. 1. *The Rise of the Network Society. The Culture of Real Virtuality*. – 1996. – P. 372-375.
 100. *Communication: A Brief History*. URL: http://www.youtube.com/watch?v=TnZlpypx7_0
 101. Craig R.T. *Communication Theory as a Field. Communication Theory*. – 1999. Vol. 9. P. 119-161.
 102. Goban-Klas T. *Media i komunikowanie masowe /Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i internetu*. 2006. 340 s.
 103. *International Encyclopedia of Communications*. Oxford, New York: Oxford University Press, 1989. 600 p.
 104. Lanigan R.L. *Communicology: Towards A New Science of Semiotic Phenomenology. Culture. International Journal of Philosophy of Culture and Axiology*. 2007. Vol. 7. P. 212-216.
 105. Massing M. *The News About the Internet. The New York Review of Books*. – 2009. Aug. 13. Vol. 56. № 13. URL: www.nybooks.com/articles/22960, www.zgroup.com.ua/print.php?articleid=2844.