

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Перший проректор  
Шинкарик М.І.  
« 19 » 2019р.



## РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни «СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ»  
ступінь вищої освіти - магістр  
галузь знань – 01 Освіта / Педагогіка  
спеціальність – 015 Професійна освіта  
освітньо-професійна програма – Організація туристичного обслуговування

кафедра психології та соціальної роботи

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (семін.) (год.)	ПС (год.)	Разом аудит. (год.)	Самост. робота студ. (год.)	Залік (сем.)
Денна	1	2	30	15	5	150	100	2
Заочна	1	2	4	2	-	150	144	3

Тернопіль – ТНЕУ  
2019

## СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ “Соціальні комунікації”

### 1. Опис дисципліни “Соціальні комунікації”

Дисципліна “Історія та культура України”	Галузь знань, спеціальність, СВО	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів – 5	Галузь знань 01 «Освіта/Педагогіка»	<b>Статус дисципліни</b> вибіркова <b>Мова навчання</b> українська
Кількість залікових модулів – 3	Спеціальність – 015 «Професійна освіта (сфера обслуговування)» Освітня програма «Організація туристичного обслуговування»	Рік підготовки: <i>Денна – 1</i> <i>Заочна – 1</i> Семестр: <i>Денна – 2</i> <i>Заочна – 2</i>
Кількість змістових модулів – 2	Ступінь вищої освіти – Магістр	Лекції: <i>Денна – 30 год.</i> <i>Заочна – 4</i> Практичні заняття: <i>Денна – 15 год.</i> <i>Заочна – 2</i>
Загальна кількість годин – 150		Самостійна робота: <i>Денна – 100</i> <i>Заочна – 144</i> Індивідуальна робота : <i>Денна – 5</i> <i>Заочна –</i>
Тижневих годин – 10, з них аудиторних – 3		Вид підсумкового контролю – залік

## 2. МЕТА Й ЗАВДАННЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ»

### 2.1. Мета вивчення дисципліни:

Нормативна дисципліна «Соціальні комунікації» для студентів спеціальності 015 «Професійна освіта (документознавство)» має дати цілісне уявлення про феномен комунікації, основні напрямки загальної теорії соціальної комунікації та дослідження конкретних форм і засобів комунікації в сучасній культурі, про основні поняття та моделі комунікації, а також комунікаційні технології в інформаційному суспільстві. Курс «Соціальні комунікації» 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» студент буде мати уявлення про:

- дисципліну соціальні комунікації 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.

### **3. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ «СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ»**

#### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1**

#### **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДИСЦИПЛІНИ СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ**

##### ***Тема 1. Соціальні комунікації як наука та навчальна дисципліна***

- 1.1. Предмет соціальних комунікацій.
- 1.2. Закони і категорії соціальних комунікацій.
- 1.3. Методи і функції соціальних комунікацій.
- 1.4. Антропосоціогенез і суспільна комунікація.
- 1.5. Комунікативна компетентність в системі фахової підготовки соціального працівника.

##### ***Тема 2. Головні компоненти комунікаційного процесу***

- 2.1. Комунікативний процес і його структура.
- 2.2. Базові елементи комунікації: адресант, адресат, повідомлення, канал комунікації, інформаційний (комунікативний) шум, фільтри, зворотний зв'язок (зворотна інформація), контекст і ситуація.
- 2.3. Засоби комунікації (коди): засоби мовної системи, паралінгвістичні засоби, компоненти інших семіотичних систем.

##### ***Тема 3. Структурні моделі комунікації***

- 3.1. Лінійні моделі комунікації.
- 3.2. Інтеракційні моделі комунікації.
- 3.3. Трансакційні моделі комунікації.
- 3.4. Моделі масової комунікації.
- 3.5. Прикладні моделі комунікації.

##### ***Тема 4. Комунікаційні бар'єри та комунікативні девіації***

- 4.1. Технічні бар'єри в комунікації.
- 4.2. Міжмовні бар'єри в комунікації.
- 4.3. Соціальні бар'єри в комунікації.
- 4.4. Психологічні бар'єри в комунікації.
- 4.5. Цензура як знаряддя комунікативного насильства.
- 4.6. Типологія комунікативних невдач (девіацій).

##### ***Тема 5. Генеза та основні етапи розвитку комунікації***

- 5.1. Комунікація найдавніших цивілізацій.
- 5.2. Письмо як інформаційно-комунікаційна революція.
- 5.3. Книгодрукування і початок нової комунікаційної епохи.
- 5.4. Телебачення та радіомовлення як ЗМІ та ЗМК.
- 5.6. Електронна комунікація та сучасна мультимедійна комунікаційна культура.

##### ***Тема 6. Теоретичні концепції комунікації***

- 6.1. Проблеми комунікації в історії гуманітарної думки

- 6.2. Медіацентричні та соціоцентричні теорії комунікації.
- 6.3. Теорії масового суспільства, пропаганди і масової комунікації.
- 6.4. Концепції інформаційної епохи та дослідження нових медіа.
- 6.5. Сучасні тенденції комунікації: глобалізація, демасовізація, конгломерація, конвергенція.

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2** **ВИДИ КОМУНІКАЦІЇ**

### ***Тема 7. Вербальна комунікація***

- 7.1. Мова серед інших знакових систем.
- 7.2. Поняття «мова» і «мовлення». Мовленнєве спілкування як спосіб комунікації.
- 7.3. Функції мовлення. Мовлення як спосіб передавання інформації.
- 7.4. Форми мовленнєвої комунікації: монолог, діалог, полілог.
- 7.5. Сперечання як різновид мовленнєвої комунікації. Стратегія і тактика мовленнєвої аргументації.

### ***Тема 8. Усномовленнєва комунікація***

- 8.1. Властивості та ситуативна зумовленість усної комунікації.
- 8.2. Види усного спілкування.
- 8.3. Вміння говорити.
- 8.4. Вміння слухати.
- 8.5. Зворотний зв'язок у говорінні та слуханні.
- 8.6. Прийоми ефективної усномовленнєвої комунікації.

### ***Тема 9. Писемна комунікація***

- 9.1. Писемна комунікація: властивості, види, функції.
- 9.2. Навички і вміння письма і читання.
- 9.3. Мовленнєвий вплив писемної інформації.
- 9.4. Типи фіксації писемних текстів.
- 9.5. Особливості документної комунікації.
- 9.6. Синтез мовленнєвих умінь різних видів в навчально-науковій та фаховій комунікації.

### ***Тема 10. Невербальна комунікація***

- 10.1. Поняття про невербальну комунікацію.
- 10.2. Пара- та екстралінгвальні особливості невербальної комунікації.
- 10.3. Міміка та погляд.
- 10.4. Жести.
- 10.5. Організація простору та часу комунікативного процесу.
- 10.6. Постава і хода.
- 10.7. Візуальний контакт.

### ***Тема 11. Міжособистісні комунікації***

- 11.1. Поняття про міжособистісну комунікацію.
- 11.2. Ситуаційні та психологічні передумови міжособистісної комунікації.
- 11.3. Вербальна і невербальна поведінка в міжособистісній взаємодії.
- 11.4. Почуття та емоції як комунікативні дії.

### ***Тема 12. Комунікація в малих групах***

- 12.1. Поняття, види і функції комунікації в малих групах.

12.2. Структура і динаміка комунікації в малих групах.

12.3. Прагматика комунікації в малих групах.

***Тема 13. Масова комунікація***

13.1. Поняття масової комунікації.

13.2. Структура і функції масової комунікації.

13.3. Ефективність масової комунікації.

***Тема 14. Комунікації в організаціях***

14.1. Комунікація як функція управління.

14.2. Особливості внутрішніх комунікацій в організаціях.

14.3. Види комунікацій в організаціях.

14.4. Форми ділової комунікації в організаціях.

14.5. Особливості маркетингових комунікацій.

14.6. PR як комунікаційна діяльність.

#### 4. СТРУКТУРА ЗАЛКОВОГО КРЕДИТУ ДИСЦИПЛІНИ

##### «Соціальні комунікації»

##### 4.1. Розподіл навчальних годин за модулями

(денна форма навчання)

Тема	Кількість годин			
	Лекції	Лабор. заняття	Інд. робота	Самост. робота
<b>Змістовий модуль 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СОЦІЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ</b>				
Тема 1. Соціальні комунікації як наука та навчальна дисципліна	2	1	1	7
Тема 2. Головні компоненти комунікаційного процесу	2	-	-	8
Тема 3. Структурні моделі комунікації	2	1	-	7
Тема 4. Комунікаційні бар'єри та комунікативні девіації	2	1	-	7
Тема 5. Генеза та основні етапи розвитку комунікації	2	-	1	7
Тема 6. Теоретичні концепції комунікації	2	-	-	8
<b>Змістовий модуль II. ВИДИ КОМУНІКАЦІЙ</b>				
Тема 7. Вербальна комунікація	2	2	-	7
Тема 8. Усномовленнєва комунікація	2	-	-	8
Тема 9. Писемна комунікація	2	-	-	7
Тема 10. Невербальна комунікація	3	2	1	7
<b>Змістовий модуль III. КОМУНІКАЦІЙ В СОЦІУМІ</b>				
Тема 11. Міжособистісні комунікації	3	2	-	6
Тема 12. Комунікація в малих групах	2	2	-	7
Тема 13. Масова комунікація	2	2	1	7
Тема 14. Комунікації в організаціях	2	2	1	7
<b>Всього:</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>100</b>
<i>Підсумковий контроль</i>	<i>Залік</i>			

**4.2. Розподіл навчальних годин за модулями  
(заочна форма навчання)**

Тема	Кількість годин			
	Лекції	Практ. заняття	Інд. робота	Самот. робота
<b><u>Змістовий модуль 1.</u></b> <b>ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТЕОРІЇ КОМУНІКАЦІЇ</b>				
Тема 1. Соціальні комунікації як наука та навчальна дисципліна	1	-	-	10
Тема 2. Головні компоненти комунікаційного процесу		-	-	10
Тема 3. Структурні моделі комунікації		-	-	10
Тема 4. Комунікаційні бар'єри та комунікативні девіації	-		-	10
Тема 5. Генеза та основні етапи розвитку комунікації		-	-	10
Тема 6. Теоретичні концепції комунікації	-	-	-	11
<b><u>Змістовий модуль II.</u></b> <b>ВИДИ КОМУНІКАЦІЇ</b>				
Тема 7. Вербальна комунікація	1	-	-	10
Тема 8. Усномовленнєва комунікація	-	-	-	11
Тема 9. Писемна комунікація	-	-	-	11
Тема 10. Невербальна комунікація	1	-	-	10
<b><u>Змістовий модуль III.</u></b> <b>КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІУМІ</b>				
Тема 11. Міжособистісні комунікації	1	-	-	10
Тема 12. Комунікація в малих групах	-	-	-	10
Тема 13. Масова комунікація	-	2	-	10
Тема 14. Комунікації в організаціях	-	-	-	11
<b>Загалом</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>144</b>
<b>Підсумковий контроль</b>			<b>Залік</b>	

**5. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

**Тема 1. Соціальні комунікації як наука та навчальна дисципліна**

- 1.1. Предмет соціальних комунікацій.
- 1.2. Закони і засадничі категорії соціальних комунікацій.
- 1.3. Методи і функції соціальних комунікацій.
- 1.4. Антропосоціогенез і суспільна комунікація.
- 1.5. Поняття про комунікативну компетентність (КП).
- 1.6. КП у системі фахової підготовки соціальних працівників.

**Тема 2. Структурні моделі комунікації**

- 2.1. Лінійні моделі комунікації (Г. Лассвелл, К.-Е. Шеннон, Р. Якобсон, Ю. Лотман).
- 2.2. Інтеракційні моделі комунікації (М. Бахтін, Р. Барт, Г. Шпет).



- 2.3. Трансакційні моделі комунікації (В.Шрамм, М.Мескон, Т.Ньюком, С.Бейкер, Ф.Денес)
- 2.4. Моделі масової комунікації (лідери громадської думки, пропагандистські моделі, «спіраль мовчання»).
- 2.5. Прикладні моделі комунікації (релігійна комунікація, ділова, іміджева, психоаналіз і психотерапія, рекламна комунікація).

**Тема 3. Комунікаційні бар'єри, комунікативні девіації: причини та методи усунення**

- 3.1. Технічні бар'єри в комунікації.
- 3.2. Міжмовні бар'єри в комунікації.
- 3.3. Соціальні бар'єри в комунікації.
- 3.4. Психологічні бар'єри в комунікації.
- 3.5. Цензура як знаряддя комунікативного насильства. Поняття про медіаосвіту.
- 3.5. Сутність і природа комунікативних невдач (девіацій).

**Тема 4. Вербальна комунікація: мовна та комунікативна компетенція мовців**

- 4.1. Мова серед інших знакових систем.
- 4.2. Поняття «мова» і «мовлення». Мовленнєве спілкування як спосіб комунікації.
- 4.3. Функції мовлення. Мовлення як спосіб передавання інформації.
- 4.4. Форми мовленнєвої комунікації та способи їх організації: монолог, діалог, полілог.
- 4.5. Сперечання як різновид мовленнєвої комунікації. Стратегія і тактика мовленнєвої аргументації в дискусії.

**Тема 5. Невербальна комунікація**

- 5.1. Сутність невербальної комунікації.
- 5.2. Роль жестів у комунікації.
- 5.3. Постава як засіб невербальної комунікації.
- 5.4. Передавання інформації мімікою.
- 5.5. Організація простору та часу комунікативного процесу.
- 5.6. Форми невербальної комунікації у міжособистісних, групових та публічних взаєминах.
- 5.7. Невербальне спілкування у ділових ситуаціях.

**Тема 6. Міжособистісні комунікації**

- 6.1. Поняття про міжособистісну комунікацію.
- 6.2. Ситуаційні та психологічні передумови міжособистісної комунікації.
- 6.3. Прийоми ефективної вербальної і невербальної поведінки в міжособистісній взаємодії.
- 6.4. Почуття та емоції як комунікативні дії.
- 6.5. Культура міжособистісної комунікації.
- 6.6. Тенденції розвитку міжособистісних комунікацій. Феномен соціальних мереж.

**Тема 7. Комунікація в малих групах**

- 7.1. Поняття, види і функції комунікації в малих групах.
- 7.2. Структура і динаміка комунікації в малих групах.
- 7.3. Прагматика комунікації в малих групах.
- 7.4. Культура комунікації в малих групах. Феномен віртуальних професійних соціальних мереж.

**Тема 8. Масова комунікація**

- 8.1. Поняття масової комунікації.
- 8.2. Структура і функції масової комунікації.
- 8.3. Ефективність масової комунікації.
- 8.4. Проблеми масовокомунікативних процесів в сучасному інформаційному суспільстві.
- 8.5. Персоналізація і персоніфікація як виклики глобалізації та віртуалізації сучасних комунікацій.

***Тема 9. Комунікації в організаціях***

- 9.1. Комунікація як функція управління в організаціях.
- 9.2. Особливості внутрішніх комунікацій в організаціях. Комунікативні стилі в організаціях.
- 9.3. Види комунікацій в організаціях: формальні і неформальні, приховані.
- 9.4. Форми ділової комунікації в організаціях: типологія, комунікативна структура.
- 9.5. PR як комунікаційна діяльність.

**6. Комплексне практичне індивідуальне завдання**  
**Варіанти КПЗ з дисципліни**  
**«Саціальні комунікції»**

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. Шляйермахера.
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. Філософсько-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.

## 7. Самостійна робота

Діяльність студента щодо освоєння окремих тем, проблем, питань і джерел, передбачених навчальним планом курсу «Соціальні комунікації» 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 комунікація» *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 КППЗ.

### ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН З ТЕМ, ВИНЕСЕНИХ НА САМОСТІЙНЕ ВИВЧЕННЯ

№ з/п	Назва теми	К-сть годин	Рекомендована література
1.	Комунікативна компетентність у системі фахової підготовки соціального працівника	5	основна – 23, 24, 27, 32, 35, додаткова – 42, 47, 59
2.	Еволюція комунікативних каналів	5	основна – 17, 19, 23, 24, 27, 32, 35, додаткова – 43, 147, 176
3.	Моделі масової комунікації	5	основна – 19, 22, 27, 28, 32, 33, 36, додаткова – 79, 107
4.	Типологія комунікативних невдач (девіацій)	5	основна – 19, 32, додаткова – 76, 109
5.	Соціальні аспекти використання Інтернету	5	основна – 27, 35, додаткова – 60, 78, 130
6.	Сучасні тенденції комунікації: глобалізація, демасовізація, конгломерація, конвергенція	5	основна – 18, 24, 27, 33, додаткова – 60, 103
7.	Комунікативна культура сперечання	6	основна – 1, 13, 17, 26, додаткова – 73, 92, 108, 109
8.	Способи встановлення зворотного зв'язку з аудиторією	5	основна – 17, 19, 27, 34, додаткова – 80, 136, 143,

			162
9.	Стратегії писемних комунікацій	5	основна – 17, 25, 32, 34, додаткова – 7, 8, 67, 106
10.	Невербальне спілкування у ділових ситуаціях	6	основна – 17, 19, 27, 28, 32, додаткова – 80, 112
11.	Почуттєво-емоційна комунікація	5	основна – 17, 19, 20, 27, додаткова – 43, 50, 109
12.	Мережа LinkedIn для документознавців	5	основна – 19, 27, 28, 32, додаткова – 37, 50, 64, 129
13.	Використання органами державної влади новітніх каналів публічної комунікації: переваги, недоліки, перспективи	6	основна – 21, 29, 35, додаткова – 48, 78
14.	Правила складання ділових листів	5	основна – 28, 34, додаткова – 38, 44, 65, 113, 121
15.	Комунікативний зміст поняття «політична кухня»	5	основна – 29, 30, 32, додаткова – 85
16.	Техніка використання е-презентацій та інфографіки в публічній комунікації	6	основна – 17, 19, 25, 30, 34, додаткова – 68
17.	Типи сприйняття міжкультурних відмінностей	6	основна – 23, 24, 27, 32, 35, додаткова – 149, 183, 187
18.	Кризові та конфліктні комунікації	6	основна – 19, 23, 24, 27, 32, 35, додаткова – 43, 147, 176

## 8. Тренінг з дисципліни

№ 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

### 1. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

При викладанні навчальної дисципліни «Соціальні 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).

## **МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ**

Мета поточного контролю – оцінити ступінь засвоєння теоретичного і практичного матеріалу та рівень знань студентів з відповідних розділів дисципліни. Контроль здійснюється у формі усного й письмового опитувань, колективних дискусій і обговорень та презентацій. Підсумковий контроль знань здійснюється наприкінці семестру шляхом складання диференційованого заліку. До заліку допускаються студенти, які мають необхідний рівень поточних знань.

У процесі вивчення дисципліни «Соціальні комунікації» використовуються такі методи оцінювання навчальної роботи студентів:

- поточне тестування та опитування;
- підсумкове тестування за кожним змістовим модулем;
- ректорська контрольна робота;
- оцінювання виконання КПЗ;
- диференційований залік.

Підсумковий бал за 100-бальною шкалою з дисципліни визначається як середньозважена величина залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту.

Модуль 1 (поточне Тестування та опитування)	Модуль 2 (ректорська контрольна робота)	Модуль 3 (оцінюван ня виконання КПЗ)	Разом (підсумкова оцінка)
<b>30</b>	<b>40</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

### 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)

## 9. ЛІТЕРАТУРА:

### 9.1. Методичні праці викладачів кафедри ДІДУ

1. Біловус Л.І. Управління та організація діяльності інформаційних установ / Л.І. Біловус. Тернопіль : Підручники і посібники, 2010. 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», 2011. 252 с.
4. Коноплицька О. Організація документознавства праводілової сфери: Навчально-методичні матеріали до вивчення курсу / О. Коноплицька. Тернопіль: ТНЕУ, 2010. 80 с.
5. Навчальні матеріали для організації самостійної та індивідуальної роботи студентів з курсу «Соціальні комунікації». Тернопіль: ТОВ «Новий колір», 2010. 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, 2008. 256 с.
8. Шкіцька І.Ю. Управлінське документознавства: навч. пос. Для студ. вищих навчальних закладів. Тернопіль : ТОВ «Новий колір», 2009. 252 с.

## 9.2. 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.

## 9.3. Основна література

17. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: ВЦ «Академія», 2014. 344 с.
18. Бацевич Ф. Словник термінів міжкультурної комунікації. Київ: Довіра, 2007. 205 с.
19. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві : психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. Київ : МАУП, 2005. 440 с.
20. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій. Тернопіль: Карт-бланш, 2006. 275 с.
21. Квіт С. Масові комунікації. Київ: НАУКМА, 2009. 206 с.
22. Королько В. Г. Паблік рилейшнз: Наукові основи, методика, практика. [2-ге вид., допов.]. Київ: Ваклер, 2011. 334 с.
23. Ліпінська А. В. Інформаційні ресурси в документознавстві. Київ: Ун-т «Україна», 2007. 329 с.
24. Осовська Г.В. Комунікації в менеджмент. Житомир: ЖІТІ, 2012. 567 с.
25. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. Москва: Рефл-бук: Ваклер, 2009. 348 с.
26. Почепцов Г. Г. Имиджелогия: теория и практика. Киев: КНУ, 1998. 202 с.
27. Почепцов Г. Г. Семиотика. Киев: Ваклер, 2012. 432 с.
28. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. Москва: Рефл-бук, 2001. 656 с.
29. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація». Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.



30. Стратегія і тактика комунікації з громадськістю : Метод. посібник В.Г. Королько та ін. Київ: ІНІАН, 2013. 122 с.
31. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации. Москва: Дашков и Ко, 2010. 592 с.
32. Швецова-Водка Г. Документознаводство: Навч. посіб. Київ: Знання, 2007. 398 с.

#### 9.4. Додаткова література

33. Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Інформаційне забезпечення процесу рішення проблеми на місцевому рівні. 2-ге вид. Кіровоград : ІСКМ, 2003. 116 с.
34. Ахтямов Т. М. Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия. *Маркетинг*. 20011. № 3. С. 32-38.
35. Бебик В. К проблеме коммуникации и ее функции в обществе. *Персонал*. 2004. № 3. С. 28-33.
36. Белова А.Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики. *Мовні і концептуальні картини світу: Зб. наук, праць*. Київ : Логос, 2014. Вип. 10. С. 11-16.
37. Бервено С. Взаємодія державних інституцій з питань технічного захисту інформації в умовах інтеграції України до міжнародного інформаційного простору. *Право України*. 2016. № 11. С. 108–112.
38. Берегова О. До визначення поняття культури: комунікаційний аспект. *Музичне мистецтво і культура: Науковий вісник*. Вип.6, Книга 1. Одеса: Друкарський дім, 2015. С. 68-82.
39. Берегова О. Соціокультурна комунікація в українській національній традиції: історичний аспект. *Українське музикознавство*. Вип. 34: Науково-методичний збірник. Київ: НМАУ імені П. І. Чайковського, 2005. С.12-32.
40. Бернес-Лі Т. Заснування Павутини: З чого починалася і до чого прийде Всесвітня мережа. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 207 с.
41. Богдан С.К. Мовний етикет українців: традиції і сучасність. Київ: Рідна мова, 1998. 475 с.
42. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція. Київ: Основи, 2004. 230 с.
43. Бритченко Г. И. Макромаркетинг (поведение, реклама, администрирование). Донецк, 2012. 426 с.
44. Бурдьє П. Рынок символической продукции. *Вопросы социологии*. 1993. № 1. URL: [www.bourdieu.narod.ru/bourdieu](http://www.bourdieu.narod.ru/bourdieu).
45. Висоцька О.Є. Комунікація як основа соціальних перетворень (у контексті становлення постмодерного суспільства). Дніпропетровськ: Інновація, 2009. 316 с.
46. Владимиров В.М. Хаос Розуміння / Масова комунікація. Київ: КиМУ, 2006. 366 с.
47. 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](http://nbuv.gov.ua/UJRN/obdr_2014_1_9)
48. Габермас Ю. Дії, мовленнєві акти, мовленнєві інтеракції та життєвий світ. *Комунікативна практична філософія*. Київ: Лібра, 1999. С. 287-324.
49. Гірник А.М. Основи конфліктології. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2010. 222 с.
50. Джей Э., Джей Р. Эффективная презентация. Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2002. 176 с.

51. Джеймисон Ф. Постмодернизм и общество потребления. Логос. 2000 № 4. С. 63-77.
52. Ділі Дж. Основи семіотики. Львів: Арсенал, 2010. 232 с.
53. Золотарьова І. О. Автоматизація документообігу. Харків: ХНЕУ, 2018. 156 с.
54. Іванов В. Ф. Соціологія масової комунікації. Черкаси : ЧДУ, 2003. 193 с.
55. Інформаційна війна РФ: канали, сайти, журналісти. URL: <http://www.volynnews.com/news/society/vnesok-sbu-uspravu-z-protydiyi-informatsiyniy-ahresiyi-rf/>
56. История письменности. Интерес Nik [сайт]. URL: <http://interesnik.com/istoriya-pismennosti/>
57. 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.
58. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. Київ: Ваклер, 2007. 304 с.
59. Ковалевська Т.Ю. Основи ефективної комунікації: порадник управлінцеві на щодень. Одеса: Фенікс, 2008. 140 с.
60. Коммуникационный менеджмент: Сб. докладов. Тольятти: Междунар. акад. бизнеса и банк. дела, 2010. 139 с.
61. Комова М. В. Документознавча термінологія. Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2013. 167 с.
62. Коньк Д. Деловые коммуникации предприятия. URL: <http://www.pr-center.org.ua/bibl.php#link62>.
63. Корнєв М.Н. Психологія масової поведінки. Київ: Ін-т післядип. освіти Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка, 2010. 124 с.
64. Корнєв М.Н. Соціальна психологія. Київ: АТ «Київська книжкова фабрика», 1995. 304 с.
65. Косюк О. М. Теорія масової комунікації. Луцьк: РВВ «Вежа» Волин. держ. ун-ту ім. Л. Українки, 2017. 147 с.
66. Кулик В. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки. Київ: Критика, 2010. 656 с.
67. 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\\_GL.pdf](http://elibrary.kubg.edu.ua/1045/1/O.Kurban_SKSSNZ_GL.pdf).
68. Кушнарєнко Н.Н. Документоведение. Київ: Знання, 2011. 459 с.
69. Ларина Р. Р. Маркетинговая политика коммуникаций. Донецк: Вебер, 2012. 287 с.
70. Лисица Н.М. Реклама в современном обществе. Харків: Основа, 1999. 271 с.
71. Литовська О. Комунікація. Соціологічна енциклопедія. Київ: Академвидав, 2008. С. 177-178.
72. Лотман Ю. М. Семиосфера. С.-Петербург: «Искусство-СПБ», 2000. 704 с.
73. Лотман Ю.М. Семиотика культуры. Избранные статьи в трех томах. Таллин: Александра, 1992.
74. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій. Т.І, Київ: Київ. нац. екон. ун-т, 2012. 272 с.
75. Луман Н. Реальність мас-медіа. Київ: ЦВП, 2010 158 с.

76. Лютий Т., Ярош О. Культура масова і популярна: теорії та практики. Київ: Вид. ПАРАПАН, 2007. 124 с.
77. Майборода О. О. Маркетингова політика комунікацій. Київ: КНЕУ, 2007. 250 с.
78. Макаренко Є.А. Європейська інформаційна політика. Київ: Наук.-видав. центр «Наша культура і наука», 2000. 368 с.
79. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
80. Мак-Люэн М. Галактика Гуттенберга: сотворение человека печатной культуры. Киев: Ника-Центр, 2003. 432 с.
81. Матвиенко В.Я. Социальные технологии. Київ: Українські пропілеї, 2000. 446 с.
82. Масові комунікації та їхній вплив на масову та індивідуальну свідомість URL:  
[https://knowledge.allbest.ru/journalism/2c0b65635b3ad78b4d43b89421216c26\\_0.html](https://knowledge.allbest.ru/journalism/2c0b65635b3ad78b4d43b89421216c26_0.html).
83. Махмудов Х.З. огли. Реклама в системі маркетингу (теоретичні і практичні аспекти). Полтава: Полтава, 1997. 195 с.
84. Мерло-Понті М. Феноменологія сприйняття. Київ: Укр. Центр духовної культури, 2001. 552 с.
85. Мерманн Э. Коммуникация и коммуникабельность : практические рекомендации для открытой коммуникации. Харків: Гуманитар. Центр, 2007. 296 с.
86. Моисеев В. А. Паблик Рилейшнз — средство социальной коммуникации. Киев: Дакор, 2002. 500 с.
87. Морозова И.Г. Рекламный креатив: В поисках ненавязчивой идеи. Москва: Гелла-Принт, 2011. 212 с.
88. Москаленко А. З. Масова комунікація. Київ: Либідь, 1997. 216 с.
89. Мякота В. Реклама и рекламная деятельность. 2-е изд., перераб. и доп. Харків: Фактор, 2004. 256 с.
90. Норіцина Н.І. Маркетингова політика комунікацій. Київ: МАУП, 2003. 119 с.
91. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія. Київ: Либідь, 2004.
92. Основи інформаційного права України. Київ: Знання, 2004. 274 с.
93. Основи організації електронного документообігу. Київ: ДУІКТ, 2008. 235 с.
94. Остин Дж. Слово как действие. Вып. XVII. *Теория речевых актов*. Москва: Прогресс, 1986. С. 87-96.
95. Павленко А.Ф. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика. Київ: КНЕУ, 2005. 404 с.
96. Павлюк Л. Знак, символ, міф у масовій комунікації. Львів: ПАІС, 2006. 120 с.
97. Пазуха М.Д., Ігнатович М.В. Реклама у підприємницькій діяльності. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 176 с.
98. Палеха Ю. І. Загальне документознавство. Київ: Ліра-К, 2008. 393 с.
99. Пітерс Дж. Д. Слова на вітрі: історія ідеї комунікації. Київ: Академія, 2004. 302 с.
100. Подгурецки Ю. Социальная коммуникация. София: Гелиос, 2006. 160 с.
101. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння. Серія: Медіакритика. Львів: ПАІС, 2004. 312 с.

102. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. Москва: Рефл-бук: Ваклер, 2000. 348 с.
103. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. Навч. посіб.2-ге вид., доповн. Київ: Київський університет, 2001. 308 с. URL: <http://socium.ge/downloads/komunikaciiesteoria/pochepcov%20teoria%20komunikacii.pdf>
104. Раковська-Башмакова О.С., Русанова Т.М. Психологічний вплив рекламної діяльності на суспільство. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/VMSU/2007-02/07rbosiiio.htm](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VMSU/2007-02/07rbosiiio.htm).
105. Різун В.В. Лінгвістика впливу. Київ: Вид.-поліграф. центр «Київський університет», 2005. 150 с.
106. Різун В.В. Маси. Київ: Вид.-поліграф. центр «Київ. ун-т», 2013. 118 с.
107. Різун В.В. Природа й структура комунікативного процесу. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1005> .
108. Ромат Е.В. Реклама: История. Теория. Практика. [5-е изд.]. С-Петербург: Питер, 2012. 544 с.
109. Семенюк О. А. Основы теории мовної комунікації. Київ: ВЦ «Академія», 2010. 240 с.
110. Семигіна Т. В. Інформаційне забезпечення соціальної сфери. Київ: Вид дім. «Києво-Могилянська академія», 2007. 156 с.
111. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний і жанрово-лінгвістичний аспекти: на матеріалі політичного різновиду українського масово-інформаційного дискурсу): автореф. дис. на здоб. наук. ступ. д-ра філол. наук. 10.01.08 / К.С. Серажим. Київ: Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка; Ін-т журналістики, 2013. 32 с.
112. Сосюр Ф. Курс загальної лінгвістики. Київ: Основи, 1998. 324 с.
113. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник / укл. і наук. ред. Валентина Олександрівна Ільганаєва. Хорків: КП Типографія №13, 2009. 392 с.
114. 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>.
115. 32.Социальные сети и подросток [Электронный ресурс]. URL : <http://fraui.ru/podrostkovyiy-period/sotsialnyie-seti-i-podrostok>.
116. Соціокультурні комунікації в інформаційному суспільстві: матеріали міжнар. наук. конф., (Харків, 21- 22 листоп. 2003 р.) Харк. держ. акад. культури. Харків: ХДАК, 2013. 239 с.
117. Сторі Дж. Теорія культури та масова культура: вступний курс. Київ: Акта, 2005. 360 с.
118. Соціально-комунікаційна діяльність як історико суспільна практика. Монографія. 2015. URL: <http://internal.khntusg.com.ua/fulltext/PAZK/UCHEBNIKI/879.pdf>
119. Стратегія і тактика комунікації з громадськістю : Метод. посібник В.Г. Королько та ін. Київ: ІНІАН, 2013. 122 с.
120. Тичер С. Методы анализа текста и дискурса. Харків: Изд-во Гуманитарный Центр, 2009. 356 с.
121. Трухімович С.В. Реклама. Конспект копірайтера. Львів: ЛА «Піраміда», 2009. 96 с.
122. Універсальний довідник-практикум з ділових паперів. Київ: Довіра: УНВЦ «Рідна мова», 1997. 399 с.

123. Узбстер Ф. Теории информационного общества. Москва: Аспект Пресс, 2004.– 400 с.
124. Уэллс У. Реклама: принципы и практика. Хрѣков, 2008. 322 с.
125. Федотова Л.Н. Реклама в коммуникационном процессе. Харьков: ИД Камерон, 2015. 463 с.
126. Філоненко М. М. Психологія спілкування. Київ: Центр навч. л-ри, 2008. 224 с.
127. 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/>.
128. Хрестоматія по соціальним комунікаціям. Хрѣков: Харьк. гос. акад. культури, 2002. 236 с. Холод О. Соціальні комунікації як поняття в науковій галузі «соціальні комунікації» / О. Холод. URL: <http://www.Pop/all/soc-alh-komun-kac-jak-ponjatjav-naukov-i-galuz-soc-aln-komun-kac.html>
129. 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](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vnyua_2013_2_9.pdf).
130. Швецова-Водка Г. Документ і книга в системі соціальних комунікацій. Рівне: Рівнен. держ. гуманітар. ун-т, 2001. 437 с.
131. Шейнов В. П. Пиар «белый» и «черный». Минск: АСТ, Мн. : Харвест, 2007. 672 с.
132. Шмид В. Нарратология. Минск: Языки славянской культуры, 2003. 312 с.
133. Шюц А., Лукман Т. Структури життєвіту. Київ: Український Центр духовної культури, 2004. 558 с.
134. Эко У. Инновация и повторение. Между эстетикой модерна и постмодерна [Текст] / У. Эко; пер. с ит. *Философия эпохи постмодернизма*. Сб. обзоров и рефератов. Минск: Красико-принт, 1996. С. 48-73.
135. Ядин Д. Маркетинговые коммуникации. Современная креативная реклама [Текст] / Даниэль Ядин. Харьков: Фаир-Пресс, 2003. 481 с.
136. Яковлев И. П. Ключи к общению. Основы теории коммуникаций. Харьков: Авалон, 2006. 240 с.
137. Яшенкова О. В. Взаємовідношення комунікації, мови та культури в діловій сфері. *Мова і культура*. Київ: Вид. дім Дмитра Бураго, 2002. Вип. 5. Том III. Ч. 2. С. 263-270.
138. Яшенкова О. В. Основы теории мовної комунікації. Київ: ВІД «Академія», 2012. 312 с.
139. Яшенкова О. В. Традиції та напрями розвитку теорії комунікації в інформаційному суспільстві. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*: 36. наук, праць. Київ: Логос, 2004. Вип. 5. С. 111-121.
140. Public Relations для громадських (недержавних) організацій : *Практичні поради на щодень*. Упор. А. Куліш. Київ: УОПРР та «Вінрок Інтернешнл», 2001. 160 с.
141. Adler R.B., Elmhorst J.M. Communicating at Work: Principles and Practices for Business and the Professions. Boston: McGraw-Hill College, 1999. 498 p.
142. 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.



143. Communication: A Brief History. URL: [http://www.youtube.com/watch?v=TnZlpypx7\\_0](http://www.youtube.com/watch?v=TnZlpypx7_0)
144. Craig R.T. Communication Theory as a Field. *Communication Theory*. – 1999. Vol. 9. P. 119-161.
145. Goban-Klas T. Media i komunikowanie masowe /Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i internetu. 2006. 340 s.
146. International Encyclopedia of Communications. Oxford, New York: Oxford University Press, 1989. 600 p.
147. 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.
148. 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](http://www.nybooks.com/articles/22960), [www.zgroup.com.ua/print.php?articleid=2844](http://www.zgroup.com.ua/print.php?articleid=2844).

У процесі вивчення дисципліни “Саціальні 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;
- розрахункові та розрахунково-графічні роботи;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів КППЗ;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- розрахункові роботи;
- завдання на лабораторному обладнанні, тренажерах, реальних об’єктах тощо;
- ректорська контрольна робота;
- комплексний іспит;
- екзамен;
- інші види індивідуальних та групових завдань.

### 10. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

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

#### Для заліку

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2 (ректорська контрольна робота)	Заліковий модуль 3 (підсумкова оцінка за КППЗ, враховуючи поточне опитування)
30%	40%	30%
___ тиждень	___ тиждень	___ тиждень

### Шкала оцінювання:

<b>За шкалою ТНЕУ</b>	<b>За національною шкалою</b>	<b>За шкалою ECTS</b>
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)