**4.3.1. Теми практичних занять**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Заняття | Тема | Кількість год |
|  | **Змістовний модуль 1. Загальнотеоретичні положення навчальної дисципліни «Комунікаційні технології»**  | **14/5** |
| Практичне 1 | 1.Визначення поняття «інформація» в журналістиці та інших наукових сферах.2. Комунікація як об’єкт дослідження.3. Види комунікації (вербальна – невербальна, формальна – неформальна, за кількістю співрозмовників тощо).4. Моделі Якобсона, Шенона-Вівера, Ньюкома, Лотмана.5. Семіотичні комунікативні моделі.6. Модель знака. Знак за Ф. де Сосюром та Ч. Пірсом.  | 2/0 |
| Практичне 2 |  1. Комунікативна стратегія та комунікативний процес.2. Складники комунікативного процесу.3. Головні комунікативні канали: слуховий, зоровий, тактильний, нюховий, смаковий.4. Термін «дискурс»: походження, визначення.5. Мас-медійні дискурси.6. Різновиди комунікативних дискурсів (політичний, рекламний тощо).  | 2/0 |
| Практичне 3-4 |  1.Поняття "пропаганда". Її функції, типи.2. Сутність комунікативної дії пропагандиста.3. Основні ознаки комунікативної технології пропаганди.4. Провідні засоби комунікації при проведенні пропагандистських заходів у різні періоди історії людства.5. Характеристика сучасних методів і технік пропаганди.6. Логіка і структура пропагандистського тексту.7. Основні чинники і фактори дієвості пропаганди. | 4/2 |
| Практичне 5 | 1. Визначення поняття «паблік рилейшнз».2. Основні принципи і функції діяльності підрозділу із зв'язків з громадськістю.3. Сфери прикладання паблік рилейшнз.4. Характеристика сучасних технологій і методів PR.5. Пріоритетні засоби комунікації при проведенні PR-заходів.6. Сутність лобіювання інтересів організації.7. Відмінність між пропагандою і паблік рилейшнз.  | 2/1 |
| Практичне 6-7 | 1. Поняття "імідж". Типологія іміджу.2. Поняття "внутрішній" і "зовнішній" іміджі.3. Сутність феномену "Public appearance".4. Найдієвіші іміджеві методи і прийоми.5. Характер співвідношення іміджу та медіа-формату.6. Стереотипи у формуванні іміджу політичного лідера.7. Особливість соціальної реклами.8. Пояснення термінів "бренд" і "брендинг". | 4/2 |
|  | **Змістовний модуль 2. Комунікаційні технології та кампанії**  | **21/10** |
| Практичне 8-9 |  1. Популізм і лобіювання як політичні технології.2. Обмеження та протидія політичним маніпуляціям.3. Довіра до джерела як проблема політичної комунікації.4. Етапи створення політичних іміджів.5. Психологічна війна в політиці та основні прийоми її ведення.6. Політичний ритуал як складова політичного життя.7. Різновиди та функції політичної символіки.  | 5/2 |
| Практичне 10-11 |  1. Комунікативна основа сучасних виборчих кампаній.2. Стратегія і тактика виборчої кампанії.3. Домінація символів і міфів під час виборів.4. Теорія перформансу: визначення поняття, головні риси його як виду комунікації.  | 4/2 |
| Практичне 12-13 | 1. Сутність поняття "кризова технологія".2. Типологія кризових явищ.3. Основні пункти стандартного плану антикризових PR-дій. 4. Методи запобігання паніці, стресам, чуткам у разі виникнення кризової ситуації.5. Поради і рекомендації стосовно дій прес-секретаря під час кризової події. | 4/2 |
| Практичне 14-15 |  1.Поняття "інформаційна війна", "психологічна війна", "кризова технологія".2. Основні технології та методи проведення сучасних інформаційних війн.3. Сутність стратегії резонансного впливу.4. Динаміка (періоди) розгортання інформаційної війни під час проведення військових дій.5. Характер роботи журналістів в умовах ведення воєнних та психологічних операцій.6. Цензура новин з арени бойових дій. | 4/2 |
| Практичне 16-17 | 1. Комунікативні технології конструювання реальності (медіація).2.Повсякденність як об’єкт комунікативних технологій. Проблема конструювання повсякденності.3. Технологія рейтингів як система маніпулювання суспільною думкою. 4. Поняття «псевдоновинний формат», «інформаційна дифузія», «інфотеймент», «політеймент», «едьютеймент», «демасифікація».4. Конструювання новин. Принципи новинної журналістики.5. Фреймінг. Новина в журналістиці і в ПР. | 4/2 |
|  | **Всього:** | **45/15** |