|  |  |
| --- | --- |
|  | Інститут філології та масових комунікацій  КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ, ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ, ПОЛІГРАФІЇ ТА РЕДАГУВАННЯ  **СИЛАБУС**  вибіркового освітнього компонента  **КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ**  (*назва освітнього компонента*)  підготовки першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, галузі знань 06 Журналістика, спеціальності 061 Журналістика, за освітньою програмою Журналістика (за вибором).  Загальний обсяг – 5 кредити ЄКТС  Загальна кількість годин – 150  Лекційні заняття – 26 годин  Практичні заняття – 24 годин  Самостійна робота – 100 годин  Мова навчання – українська  Форма навчання – денна (очна)  Форма контролю – екзамен  Семестр – 2  Рік навчання – 1 |

**ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА ДИСЦИПЛІНИ**

**Викладач**  *Ярошовець Тетяна Іванівна, кандидат філософських наук, доцент кафедри журналістики, видавничої справи, поліграфії та редагування Інституту філології та масових комунікацій*

**Контактна інформація** *(номер мобільного зв’язку, електронна адреса)*

+380-67 125 79 21, yti36@ukr.net

**Онлайн-заняття** *(посилання).*  *https://vo.uu.edu.ua/course/modedit.php?add=url&type=&course=22040&section=0&return=0&sr=0*

**Час консультування**

вівторок,09:00-11.00, https://vo.uu.edu.ua/course/modedit.php?add=url&type=&course=22040&section=0&return=0&sr=0

**ОПИС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА**

**Анотація курсу** (*загальна характеристика, короткий опис курсу, особливості, переваги*)

|  |  |
| --- | --- |
| **Пререквізити**  (*попередні курси, на яких базується вивчення освітнього компонента*).  Україна в контексті світового розвитку  Вступ до фаху  Інформаційні технології в журналістській галузі  Основи журналістики. | **Постреквізити**  (*освітні компоненти, для вивчення яких потрібні знання, уміння і навички, що здобуваються після закінчення вивчення цього освітнього компонента).*  Теорія та історія журналістики |

**Мета освітнього компонента:** дати знання теоретичних основ комунікації, врахувати і закріпити знання, отримані студентами в межах курсу «теорія комунікації», поповнити уявлення про сучасні комунікативні технології, практично навчити використовувати і застосовувати їх у журналістській діяльності, прищепити навички їхнього використання.

**Основні завдання освітнього компонента**: навчити студентів планувати ефективну масову комунікацію. Обирати адекватні до цілей і завдань комунікації засоби, стратегії і тактики.

**Компетентності (загальні і спеціальні) та програмні результати навчання, формування яких забезпечує вивчення дисципліни** *(чітко враховується* ***чинний*** *Стандарт вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ступеня «бакалавр» галузь знань 06 Журналістика спеціальність 061 Журналістика. Затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 20.06.2019 р. № 864.)*

**Загальні та спеціальні (фахові) компетентності, що формуються у процесі вивчення дисципліни**

**ЗК01**. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

**ЗК04**. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

**ЗК05.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

**ЗК08.** Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

**ЗК11.** Здатність спілкуватися державною мовою.

**ФК02.** Здатність формувати інформаційний контент.

**ФК03.** Здатність створювати медіапродукт.

ФК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

**Програмні результати навчання**

**ПР04.** Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел

**ПР05.** Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань

**ПР11.** Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою

**ПР14.** Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обовʼязкових джерел інформації

**ПР15.** Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення

**СТРУКТУРА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА**

| **Тема** | **Усього** | **Лекції** | **Практичні** | **Самостійна робота** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | |
| **Семестр 2**  **ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1. Загальнотеоретичні положення навчальної дисципліни «Комунікаційні технології»** |  |  |  |  |
| **Тема 1.** Основні поняття комунікаційних технологій | 14 | 2 | 2 | 10 |
| **Тема 2**.  Комунікаційні моделі та їх технологічний потенціал | 14 | 2 | 2 | 10 |
| **Тема 3**.  Комунікаційні технології пропаганди | 14 | 2 | 2 | 10 |
| **Тема 4.** Комунікаційні технології у сфері паблік рилейшнз | 14 | 2 | 2 | 10 |
| **Тема 5-6.** Іміджеві технології | 14 | 2 | 2 | 10 |
| **ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. Комунікаційні технології та кампанії** |  |  |  |  |
| **Тема 7-8.** Комунікативні технології у сфері політики | 18 | 4 | 4 | 10 |
| **Тема 9.** Виборчі комунікативні технології | 12 |  | 2 | 10 |
| **Тема 10-11.** Кризові комунікації | 16 | 4 | 2 | 10 |
| **Тема 12-13.** Технології інформаційних війн | 18 | 4 | 4 | 10 |
| **Тема 14-15.**  Комунікативні технології конструювання реальності (медіація) | 16 | 4 | 2 | 10 |
| **Разом** | **150** | **26** | **24** | **100** |
|  |  |  |  |  |
| **Екзамен** | | | | |

|  |  |
| --- | --- |
| **ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1.**  **Загальнотеоретичні положення навчальної дисципліни «Комунікаційні технології»** | |
| **Тема 1. Основні поняття комунікаційних технологій** | |
| *Лекції – 2 год., практичні заняття – 2 год., самостійна робота – 10 год.* | |
|  | |
| 1.1 | Мета і завдання навчального курсу «Комунікаційні технології». |
| 1.2 | Основний категоріальний апарат. |
| 1.3 | Розгалуження семантики основних понять |
| 1.4 | Діапазон поняття «соціально-комунікаційні технології». |
| 1.5 | Критерії розгалуження соціально-комунікаційних технологій |
|  | |
| *Практичне заняття.* | |
| 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. | |
| *Самостійна робота*. | |
| Реферативно-дослідницька робота на тему «Специфіка пропагандистського дискурсу (на прикладі сучасних періодичних видань)». | |
|  | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Тема 2. Комунікаційні моделі та їх технологічний потенціал** | |
| *Лекції – 2 год., практичні заняття – 2 год., самостійна робота – 10 год.* | |
|  | |
| 2.1 | Одновекторні, двовекторні та багатовекторні моделі комунікації. |
| 2.2 | Модель Г. Лассвелла. Модель Е. Каца та П. Лазарсфельда. |
| 2.3 | Модель Джона і Матильди Рілеїв. |
| 2.4 | Соціологічні й психологічні моделі комунікацій. |
| 2.5 | Семіотичні моделі комунікації (моделі Р. Якобсона, У. Еко, Ю. Лотмана). |
| 2.6 | Модель міфологічної комунікації (моделі К. Леві-Строса, К. Юнга, Р. Барта). |
| 2.7 | Модель аргументуючої комунікації. |
| 2.8 | Модель іміджевої комунікації. |
| 2.9 | Модель пропагандистської комунікації. |
| 2.1 | Категорії пропаганди за В. О’Доннелл, Г. Джоветтом, Г. Лассвеллом). |
|  | |
| *Практичні заняття.* | |
| *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).* | |
|  | |
| *Самостійна робота.* | |
| Реферативно-дослідницька робота на тему: «Особливості висвітлення кризових і конфліктних ситуацій на телебаченні (на прикладі конкретної телепрограми)». | |

|  |
| --- |
| **Тема 3. Комунікаційні технології пропаганди** |
| *Лекції – 2 год., практичні заняття – 2 год., самостійна робота – 10 год.* |
|  |
| Пропагандистські комунікації: поняття, структура, функції. Основні закони пропаганди. Політика ЗМІ і пропаганда. Моделі сучасної пропаганди за Г. Почепцовим: модель викривленого джерела, легітимізації джерела, викривленого джерела. Тоталітарна та демократична пропаганда. Рівні та принципи політичної пропаганди. Пропагандистський аналіз. Схема пропагандистського аналізу за В. Доннелл та Г. Джоветт. Пропаганда і агітація. Технології і методи пропаганди. Пропагандистські кампанії. Промивання мозків: основні етапи (зміна ідентичності, встановлення провини, тотальний конфлікт і базовий страх, м’якість і можливість, підштовхування до визнання, каналізація провини, логічне розвінчання, прогрес і гармонія, остаточне визнання і закріплення). Пропаганда, маніпуляція та реклама. |
| *Практичні заняття.* |
| 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. |
| *Самостійна робота.* |
| Реферативно-дослідницька робота на тему: Комунікативна основа виборчих медіаакцій в контексті сучасних українських реалій. |
|  |
| |  | | --- | | **Тема 4. Комунікаційні технології у сфері паблік рилейшнз** | | *Лекції – 2 год., практичні заняття – 2 год., самостійна робота – 10 год.* | |  | | Паблік рилейшенз як комунікативна дисципліна: мета й завдання. Офіційний та неофіційний дискурс. Піар і реклама. Особливості менеджменту в галузі паблік рилейшнз. Формування та реалізація ПР-кампанії. Походження ПР. Паблік рилейшнз і аудиторія. Тріада ПР: ключове повідомлення, канали комунікації, цільова аудиторія. Елементи ПР-кампанії. Функції ПР. Журналістика і ПР. Мас-медіа як основний інструмент ПР-кампанії: прес-конференція, прес-реліз, листи в редакцію, виступи на радіо і телебаченні. Пабліситі як один із засобів ПР. Основні напрямки діяльності сучасного ПР (розвиток зв’язків зі ЗМІ, медіа і бізнес-події, організація спеціальних і корпоративних заходів, копірайтинг, дослідження, інформаційно-аналітичні послуги). | | *Практичні заняття.* | | 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. | | *Самостійна робота.* | | Реферативно-дослідницька робота на тему: Паблік рилейшнз сучасних виборчих кампаній (на прикладі діяльності партії чи каоліції). | | |  | | --- | | **Тема 5-6. Іміджеві технології** | | *Лекції – 2 год., практичні заняття – 2 год., самостійна робота – 10 год.* | |  | | Поняття іміджу. Робота іміджмейкера. Типи іміджу. Технології побудови іміджу. Етапи створення іміджу. Просування корпоративного іміджу. Функції й інструментарій іміджу: ідентифікація, ідеалізація, протиставлення. Ознаки іміджу (спрощеність, специфічність, унікальність, конкретність і мінливість, прив’язаність до прообразу). Види формоутворюючої інформації. Вимоги до іміджу організації (синтетичність, правдоподібність, яскравість, конкретність, спрощеність, очікуваність). Імідж як багаторівнева категорія: персональний, соціальний, професійний, символічний імідж. Етапи формування іміджу: особистісних змін, формування зовнішніх характеристик іміджу, породження контекстів позитивного сприйняття. Кінетичний і вербальний іміджі. Погляд, жести, міміка, постава. Складові позитивного вербального іміджу. | | *Практичні заняття.* | | 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". | | *Самостійна робота.* | | Реферативно-дослідницька робота на тему: Комунікативна основа виборчих медіаакцій в контексті сучасних українських реалій. | |  | | |
|  |
| **ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2.**  **Комунікаційні технології та кампанії**    **Тема 7-8. Комунікативні технології у сфері політики** |
| *Лекції – 4 год., практичні заняття – 4 год., самостійна робота – 10 год.* |
|  |
| Популізм і лобіювання як політичні технології. Засади популізму. Підходи до лобізму. Лобіст, лобіюючи фірма, лобіюючий контакт. Функції лобіста. Законні і незаконні методи лобіювання. Обмеження та протидія політичним маніпуляціям. Межі політичного маніпулювання. Протидія політичному маніпулюванню. Довіра до джерела як проблема політичної комунікації. Прийоми завоювання довіри. Основні підходи до формування іміджів. Завдання, типологія політичної реклами. Етапи створення політичних іміджів. Методи з’ясування образу масової свідомості.  Складові побудови технології політичного іміджу. Типологія політичних іміджів. Психологічна війна в політиці та основні прийоми її ведення. Причини існування політичного маніпулювання. Регуляція масової політичної поведінки. Масові утворення людей (натовп, публіка). Політичний ритуал як складова політичного життя. Різновиди та функції політичних ритуалів. Різновиди та функції політичної символіки. |
| *Практичне заняття.* |
| 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. |
| *Самостійна робота.* |
| Написати реферативну роботу на тему: Структура і функції інформаційної служби центральних органів влади (Верховної Ради, Адміністрації Президента, Кабінету Міністрів України). |

|  |  |
| --- | --- |
| **Тема 9.** | |
| *Лекції – 0 год., практичні заняття – 2 год., самостійна робота – 10 год.* | |
|  | |
| *Практичне заняття.* | |
| 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. | |
| *Самостійна робота.* | |
| Написати реферативну роботу на тему: Особливості формування та реалізації ПР-програми громадсько-політичної організації. | |
| |  | | --- | | **Тема 10-11. Кризові комунікації** | | *Лекції – 4 год., практичні заняття – 4 год., самостійна робота – 10 год.* | |  | | Класифікація криз за Семом Блеком. Особливості кризових комунікацій. Типологія криз. Управління в умовах криз (кризовий менеджмент). Чинники контролю кризової ситуації. Етапи управління в умовах кризи. Чинники успіху при розв’язанні кризи. Причини виникнення чуток. Активні дії в кризовій ситуації. Боротьба з чутками. Специфіка роботи спін-доктора. Типи роботи спін-доктора. Специфіка керування новинами в тоталітарних та демократичних країнах. Управління механізмами формування новин як основа роботи спін-доктора і прес-секретаря. Правила, що формують комунікативний простір. | | *Практичне заняття.* | | 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.  *Самостійна робота.*  Написати реферативну роботу на тему: Формування і реалізація іміджевої програми політичного лідера. |  |  | | --- | | **Тема 12-13. Технології інформаційних війн** | | *Лекції – 4 год., практичні заняття –4 год., самостійна робота – 10 год.* | | З історії появи терміна «інформаційна війна».Інформаційно-психологічний вплив на війська і населення противника в роки Першої і Другої світових воєн створення органів ДІБ. Друкована пропаганда.Створення теорії пропаганди.Пропаганда фашистської Німеччини.Пропаганда антигітлерівської коаліції.Психологічні операції в конфліктах другої пол. ХХ ст. «Холодна війна» як подальший розвиток концепції психологічної  війни. Ознаки інформаційного протистояння. Зміст «холодної війни». Методи і форми «холодної війни». Американська стратегія «холодної війни». Інформаційна війна та інформаційна боротьба. Інформаційна боротьба та інформаційне протиборство. Інформаційні війни як війни інформаційної епохи. Форми та способи ведення інформаційної боротьби. Зміст інформаційної боротьби за мирного часу, загрози, війни. Складові інформаційної боротьби. Функції інформаційного впливу під час інформаційної боротьби. Психологічна і кібернетична війни як складові інформаційної війни. Інформаційна зброя і технології її використання. Об’єкти впливу і класифікація спеціальних інформаційних операцій. Використання ЗМІ в інформаційних операціях. Процес формування суспільної думки. Прийоми телевізійної пропаганди. Форми контролю власного інформаційного простору. Моделі і стратегії контрпропаганди.  **Практичне заняття.**  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. | | *Самостійна робота* | | Написати реферативну роботу на тему: Основні  напрями і методи здійснення інформаційної війни Росії проти України. |  |  | | --- | | **Тема 14-15. Комунікативні технології конструювання реальності (медіація)** | | *Лекції – 4 год., практичні заняття – 4 год., самостійна робота – 10 год.* | | Повсякденність як об’єкт комунікативних технологій. Проблема конструювання повсякденності. Повсякденність у культурі постмодернізму. Технології повсякдення. Технологія рейтингів як система маніпулювання суспільною думкою. Псевдоновинний формат. Інформаційна дифузія. Інфотеймент. Політеймент. Едьютеймент. Демасифікація. Конструювання новин. Шаблони подачі новин і типи журналістики. Класифікація новин у вітчизняній та західній журналістиці. Характеристика факту. Принципи новинної журналістики. Фреймінг. Новина в журналістиці і в ПР. | | *Практичні заняття.* | | 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.  *Самостійна робота.*  Написати реферативну роботу на тему: Стереотипи і фрейми західних ЗМК (європейська і американська позиції) стосовно “антитерористичних операцій”. |   **Обов’язкові для ознайомлення джерела***:* |
| **Основні:**    1.Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості / В. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2000. – 182 с.  2. Ляпина Т.В. Политические коммуникации: PR и реклама / Т.В. Ляпина. – К.: Ассоциация «Укрреклама», 2021. – 224 с.  3. Марі-Шаппе Ж. Інфографія у пресі / Ж. Марі-Шаппе. – К. : ІМІ, 2015. – 102 с.  4. Масова комунікація : підруч. /А.З. Москаленко, Л.В. Губерський, В.Ф. Іванов, В.А. Вергун. – К. : Либідь, 1997. – 216 с.  5. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручн. / І.Л. Михайлин – К. : ЦУЛ, 2013. – 284 с.  7. Морозова О. Авторська колонка на сторінках журнальної періодики / О.Морозова // Наукові читання Інституту журналістики. Вип.16. – К., 2009. – С. 137-140.  8. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації / Г.Г. Почепцов. – К., 2016. – 175 с.  9. Словник журналіста : Терміни, мас-медіа, постаті. – Ужгород, 2007. – 224 с.  **Допоміжна:**    1. Гриценко О. Основи теорії міжнародної журналістики / О. Гриценко, В. Шкляр. – К. : Вид.-полігр. Центр “КУ”, 2022.- 304 с.  2. Зернецька О.В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини / О.В. Зернецька. – К. : Освіта, 2019. – 351 с.  3. Іванов В. Ф. Соціологія масової комунікації : навч. посіб. / В.Ф. Іванов. – К. : Центр вільної преси, 2019. – 212 с.  4. Макаренко Є.А. Європейська інформаційна політика / Є.А. Макаренко. – К. : НВЦ “Наша культура і наука”, 2000. – 368 с.  5. Москаленко А.З. Основи масово-інформаційної діяльності : підруч. / А.З. Москаленко, Л.В. Губерський, В.Ф. Іванов. – К., 1999. – 634с.  6. Почепцов Г.Г. Имиджмейкер. Паблик рилейшенз для политиков и бизнесменов / Г.Г. Почепцов. – К., 2015. – 235 с.  7. Різун В.В. Маси : Текст лекцій / В.В. Різун. - К. : Вид. центр "КУ", 2003. – 118 с.  8. Слісаренко І. Ю. Засади громадського мовлення. Світовий досвід та перспективи для України / І.Ю. Слісаренко. – К., 1998. – 26 с.  9. Українська журналістика в контексті світової : Зб. наук. праць. Вип. 4. /за заг. ред. проф. В.І. Шкляра. – К., 2020. – 117 с.  10. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора : метод. посіб. / За ред. В. Г. Королька. – К., 2003. – 216 с.  11. Чекмишев О.В. Основи професіональної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики : підруч.-практикум. – К. : Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2014. – 130 с.  12. Українське законодавство: засоби масової інформації / Підготовлено Програмою правового захисту та освіти ЗМІ IREX Про-Медіа. – К., 2014. – 368 с.    **Інформаційні ресурси**  1. Арабаджиєв Д. Ю. Політичний міф як фактор розвитку сучасної політичної свідомості // http://www.disser.com.ua/contents/17717.html  2. Бокань В. Культурологія : навч. посіб. — 3-тє вид., стереотип // http://chitalka.info/gp\_10/gp\_10index.htm  3.Бурківська Л. Сучасне громадсько-політичне видання: інформаційно-видова структура (на матеріалі газети «Дзеркало тижня») / Л. Бурківська, Т. Римар. – [Електронный ресурс]. – Режим доступу: // http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\_Gum/obrii/2009\_1/  4.Кетлін Крос та Роберт А. Гакет Політичні комунікації та новинні засоби масової інформації у демократичних країнах: конкуруючі підходи. – http://soc-gw.univ.kiev.ua/PUBLICAT/ SOC/POLCOM/content.htm  5. Різун В.В. Природа й структура комунікативного процесу // http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1005  6. Різун В. В. Теорія масової комунікації // Електронна бібліотека Інституту журналістики (www.journ.univ.kiev.ua) |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| **Екзамен** |
| Екзамен проводиться в письмовій формі та охоплює всі теми, розгляд яких передбачений цим планом. Під час екзамену дозволяється користуватися конспектом лекцій, презентацією лекції та будь-якою навчальною літературою. Використання засобів зв’язку заборонене.  Студенту пропонується впродовж 1 год. 20 хвилин надати відповіді на 40 тестових завдань типу MCQ 1/5 (одна правильна з п’яти запропонованих відповідей). |

**ОЦІНЮВАННЯ**

Оцінювання студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою і складається із двох основних оцінкових блоків і розподіляється в певних пропорціях 60:40 (*екзамен*) / 70:30 (*залік*):

перший блок – бали за активну участь під час лекційних (20 балів) та семінарських (40 балів) занять;

другий блок – за підсумковий контроль – екзамен (40 балів) / залік (30 балів).

Бали, отримані упродовж семестру, додаються до отриманих під час екзамену. Студенти, які набрали:

* 90-100 балів – одержують оцінку А (відмінно);
* 82-89 балів – оцінку В (дуже добре);
* 75-81 балів – оцінку С (добре);
* 64-74 балів – оцінку D (задовільно);
* 60-63 балів – оцінку E (достатньо);
* 35-59 балів – оцінку F (незадовільно);
* 1-34 балів – оцінку F (неприйнятно).

Якщо під час екзамену студент надав правильних відповідей менше, аніж на шість тестових завдань, йому виставляється оцінка 0 балів (неприйнятно), що тягне перескладання екзамену. За результатами перескладання студент може отримати підсумкову оцінку не вище 74 балів (задовільно).

Якщо студента не допущено до складання екзамену, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому виставляється оцінка 0 балів (неприйнятно), що тягне повторне вивчення дисципліни.

**ПОЛІТИКА ЩОДО ДИСЦИПЛІНИ**

**Відвідування**

Студенти зобов’язані відвідувати заняття за обраним і затвердженим індивідуальним навчальним планом та вчасно інформувати викладача про неможливість із поважних причин відвідувати заняття, складати (перескладати) екзамен (залік).

**Відпрацювання**

Якщо студент із поважних причин був відсутній на занятті, на якому виконувалося обов’язкове практичне завдання (кейси-тести), він має право його відпрацювати. Відпрацювання полягає в письмовому виконанні відповідного завдання за шаблоном, наданим викладачем. Виконане й підписане студентом завдання подається на кафедру журналістики, видавничої справи, поліграфії та редагування не пізніше, аніж за 15 днів до призначеного екзамену, та оцінюється на загальних підставах.

**Додаткові бали**

| Вид роботи | Кількість  за семестр | Кількість додаткових балів |
| --- | --- | --- |
| Подання до друку публікації, підготовленої під керівництвом викладача. Факт подання до друку має бути підтверджений письмовим повідомленням видавця | 1 | Тези доповіді на фаховій конференції – 10  Стаття у фаховому виданні – 20  Стаття в іноземному рецензованому виданні – 30 |

**Академічна доброчесність**

Під час вивчення дисципліни всі учасники навчального процесу мають дотримуватися вимог, установлених Положенням про академічну доброчесність здобувачів освіти в Університеті «Україна», своєю діяльністю утверджувати академічну доброчесність як засадничу цінність університетської спільноти. Студенти не повинні отримувати чи надавати недозволеної допомоги, вдаватися до жодних інших нечесних дій під час виконання навчальних завдань. Порушення студентом вимог академічної доброчесності під час опанування дисципліни тягне виставлення оцінки 0 балів (неприйнятно).

**Поведінка**

Спілкуючись з учасниками навчального процесу, студенти мають дотримуватися етичних норм, утримуватися від гучних проявів емоцій, бути політично коректними й толерантними, поважати звичаї й традиції різних етнічних, культурних, соціальних груп і релігійних конфесій. Під час лекційних і практичних, семінарських занять студентам забороняється приймати їжу та користуватися мобільним телефоном.

**Студенти з особливими потребами**

Кафедра журналістики, видавничої справи, поліграфії та редагування Університету «Україна» всіляко сприятиме вирішенню індивідуальних проблем студентів з особливими потребами, сприймаючи їх як рівних в інтегрованому студентському колективі.

Розробник силабусу (*вказати посаду, науковий ступінь, вчене звання*) кандидат філософських наук, доцент кафедри журналістики, видавничої справи, поліграфії та редагування ІФМК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Тетяна ЯРОШОВЕЦЬ

**Погоджено**

Гарант освітньо-професійної програми: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Затверджено на засіданні кафедри журналістики, видавничої справи, поліграфії та редагування ІФМК 07.09.2023 р. протокол № ….. від ……………2023 р.

Завідувач кафедри журналістики, видавничої справи, поліграфії та редагування \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Людмила ПАВЛЕНКО