

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

(повне найменування закладу вищої освіти)

філологічний

(назва інституту/факультету)

Кафедра

журналістики

(назва кафедри)

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

Зовнішні комунікації

(вказати назву навчальної дисципліни (іноземною, якщо дисципліна викладається іноземною мовою))

вибіркова

(вказати: обов'язкова)

Освітньо-професійна програма **«Журналістика та кросмедійність»**

(назва програми)

Спеціальність **061 Журналістика**

(вказати: код, назва)

Галузь знань **06 Журналістика**

(вказати: шифр, назва)

Рівень вищої освіти **перший (бакалаврський)**

(вказати: перший (бакалаврський)/другий (магістерський)/третій (освітньо-науковий))

філологічний факультет

(назва факультету/інституту, на якому здійснюється підготовка фахівців за вказаною освітньо-професійною програмою)

Мова навчання **українська**

(вказати: на яких мовах читається дисципліна)

Розробники: **к.н.с.к., доц. Шутяк Л.М.**

(вказати авторів (викладач (ів)), їхні посади, наукові ступені, вчені звання)

Профайл викладача <https://www.journalistic.space/liliia-shutiak/>

Контактний тел. **(0372) 58-47-02**

E-mail: **l.shutiak@chnu.edu.ua**

Сторінка курсу в Moodle -

Консультації

Очні консультації: щотижневі

Онлайн-консультації: [google.meet](https://meet.google.com/)

1. Анотація дисципліни (призначення навчальної дисципліни).

Курс «Зовнішні комунікації» орієнтований на те, щоб надати студентам основи комунікативних знань, забезпечити ефективну взаємодію із зовнішніми стейкхолдерами, групами й установами, зацікавленими в успішній роботі організації. Це забезпечить продуктивну професійну і громадську діяльність через вміння правильно спілкуватися і взаємодіяти з людьми, ефективно обмінюватись інформацією з різними суб'єктами, моделювати комунікацію у різних системах.

2. Мета навчальної дисципліни:

Задовольнити інформаційні потреби організації, налагодити зв'язки з державними органами, громадськістю, постачальниками, клієнтами, а також навчитися формувати і підтримувати імідж компанії.

3. Пререквізити. Вказуються дисципліни чи сертифіковані курси, які здобувач вищої освіти має вивчити до початку або разом із цією дисципліною, що підвищує ефективність засвоєння курсу.

Реклама та зв'язки з громадськістю
Іміджологія

4. Результати навчання

знати:

- особливості мовленнєвої та невербальної комунікації, її різновидів;
- значущість культури комунікації у встановленні та розвитку конструктивних ділових зв'язків і партнерства;
- способи формування лідерських, комунікативних і морально-етичних якостей, техніки засвоєння правил ділової етики та норм поведінки, прийнятих у професійному товаристві;
- теоретичну базу задля встановлення і підтримки комунікативних зв'язків між державою та суспільством, людиною і світом, державами й культурами.

вміти:

- практично застосовувати методи, інструменти, типи, канали та засоби комунікації;
- використовувати принципи теорії комунікацій при аналізі комунікативних заходів і подій (пресконференції, виставки, семінари, дії компанії та ін.) і при плануванні власної діяльності;
- складати результативні PR-звернення, направлені на формування іміджу організації/підприємства/ЗМІ;
- оцінювати результати діяльності PR-служби і розробляти рекомендації щодо створення атмосфери довіри на підприємстві/організації та за її межами.

ЗК11. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК13. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з різних галузей знань та видів діяльності).

ФК1. Здатність використовувати знання про технологічні, організаційні, управлінські особливості функціонування комунікаційних технологій.

ФК10. Здатність використовувати професійні знання й практичні навички з журналістики, масової комунікації та інформації, комунікаційних технологій для дослідження комунікаційних явищ і процесів.

ПРН2. Застосовувати когнітивну гнучкість при вирішенні професійних завдань, навчатися новим вимогам інформаційно-технологічного світу.

ПРН7. Практикувати соціально відповідальну поведінку в професійній сфері, ефективно працювати в команді, діяти на основі етичних засад професійної діяльності.

5. Опис навчальної дисципліни

5.1. Загальна інформація

Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість		Кількість годин						Вид підсумкового контролю
			кредитів	годин	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	VI	I	4	120	30	15			73	2	залік
Заочна	VI	I	4	120	8	4			106	2	залік

5.2. Дидактична карта навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма						Заочна форма						
	Усього	у тому числі					усього	у тому числі					
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Змістовий модуль 1. Ключові парадигми сучасних комунікацій													
Тема 1. Поняття, види і процес комунікацій в організаціях.	10	2	1			6	10						10
Тема 2. Ділове листування. Структура, стиль і оформлення ділового листа.	10	3	1			6	10	1					10
Тема 3. Ділові бесіди і наради. Практичні прийоми і техніки переконання.	10	2	1			6	10	1					10
Тема 4. Головні характеристики публічної комунікації. Психологічні особливості масової аудиторії та інструменти впливу.	10	3	1			6	10						10
Тема 5. Презентації: їх місце і роль в зовнішній комунікації.	10	2	1			6	10	1	1				10
Тема 6. Етика, етикет і культура	10	3	1			6	10	1	1		1	3	

у сфері комунікацій. Критерії оцінки ефективності комунікацій.												
Разом за змістовим модулем 1	60	15	6			36	60	4	2		1	53
Змістовий модуль 2. Комунікація як механізм управління людьми												
Тема 7. Ефективні міжособистісні комунікації. Спотворення інформації у спілкуванні.	5	2	1			6	5	1				7
Тема 8. Конфлікти в організації, шляхи їх вирішення і попередження.	5	3	1			6	5	1				7
Тема 9. Моделювання комунікативних процесів. Теорія ігор.	10	2	1			6	10	1				8
Тема 10. Складові PR-кампанії. Розробка PR-стратегії. Організація заходів для преси (пресконференція, брифінг, тури).	10	2	1		2	6	10	1	1			7
Тема 11. Види PR-текстів та їхня характеристика.	10	2	1			6	10		1			8
Тема 12. Робота зі ЗМІ як складова PR-діяльності, її специфіка.	10	2	1			6	10				1	8
Тема 13. Моніторинг ЗМІ та його роль у проведенні PR-кампаній.	10	2	1			1	10					8
Разом за змістовим модулем 2	60	15	7		2	37	60	4	2		1	53
Усього годин	120	30	15		2	73	120	8	4		2	106

5.3. Зміст завдань для самостійної роботи

№	Назва теми
1.	Поняття етики в комунікаціях та PR (доповідь).
2.	PR-способи побачити пресреліз надрукованим (кейс-стаді).
3.	Що таке добрий медіапривід? Техніки його створення.
4.	Секрети успішного публічного виступу.
5.	Інтернет як інструмент зовнішньої комунікації (реалії та виклики)

* ІНДЗ – для змістового модуля, або в цілому для навчальної дисципліни за рішенням кафедри (викладача).

6. Система контролю та оцінювання

Види та форми контролю, методи навчання

МН1 – словесні методи (лекція, співбесіда, консультація, дискусія тощо).

МН2 – практичні заняття.

МН6 – наочні методи (презентації, ілюстрації, відеоматеріали тощо).

МН7 – робота з книгою, з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою.

МН9 – самостійна робота над індивідуальним завданням або за програмою навчальної дисципліни.

Методи оцінювання

МО2 – тести, опитування, контрольні, самостійні роботи за індивідуальними завданнями.

МО4 – звіти, реферати, статті.

МО6 – презентації результатів виконання завдань.

МО8 – залік.

Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання є досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни.

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне оцінювання (аудиторна та самостійна робота)													Кількість балів (екзамен)	Сумарна к-ть балів		
Змістовий модуль 1						Змістовий модуль 2										
T1	T2	T3	T4	T5	T6			T	T	T	T	T	T			
5	5	5	5	5	5			7	8	9	10	11	12	13		
5	5	5	5	5	5			4	4	4	4	4	5	5	40	100

5. Рекомендована література – основна

1. Абрамович С. Мовленнєва комунікація : підручник / С. Абрамович, М. Чікарькова. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 472 с.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник / Ф. С. Бацевич. – 2-ге вид., доп. – К. : ВЦ «Академія», 2009. – 346 с.

3. Бориснев С.В. Социология коммуникации: Учеб. Пособие для вузов / С.В. Бориснев. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 270 с.
4. Вандишев В.М. Риторика: Экскурс в історію вчень і понять: Навч. посібник / В.М. Вандишев. – К. : Кондор, 2003. – 264 с.
5. Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации : Учебник для вузов / Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков, А.П. Садохин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 352 с.
6. Коробанов Ю.М. Теорія та практика комунікацій [Електронний ресурс] : навч. посіб. : у 3 ч. / Ю. М. Коробанов, А. Ю. Коробанов. – Електрон. дан. (1093 кб). – Миколаїв : НУК, [2011]. – (Навчальний посібник).
7. Красных В. Основы психолінгвістики и теории коммуникации : курс лекций / В. Красных. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2001. – 270 с.
8. Макаренко Є.А. Віртуальна дипломатія : підручник / Є.А. Макаренко, Н.О. Піпченко. – К. : Центр вільної преси, 2010. – 302 с.
9. Основы теории коммуникации: Учебник / под ред. проф. М.А. Василика. — М.: Гардарики, 2003. — 615 с.
10. Пелепейченко Л. М. Основи теорії мовної комунікації: навчальний посібник. – Х. : Акад. ВВ МВС України, 2007. – 130 с.
11. Пиз А. Язык телодвижений. Как читать мысли окружающих по их жестам / А. Пиз. – М. : Эксмо, 2005. – 288 с.
12. Потелло Н. Я., Скиртач Г. Є. Українське ділове мовлення і спілкування : навч. посіб. – К. : МАУП, 2003. – 440 с.
13. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації / Г.Г. Почепцов. – 2-е вид., доп. - К. : Видавничий центр «Київський ун-т», 1999. – 307.
14. Різун, В. В. Лінгвістика впливу [Текст] : монографія / Різун В. В, Непийвода Н. Ф., Корнєєв В. М. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський ун-т», 2005. – 148 с.
15. Токарська А. С., Кочан І. М. Культура фахового мовлення правника : навч. посібник. – Львів : Світ, 2003. – 312 с.
16. Чалдині, Роберт Б. Психологія впливу / Роберт Чалдині. – Харків : КСД, 2017. – 352 с.
17. Grunig J. Excellence Theory of Public Relations: Past, Present and Future / James Grunig // Public Relations Research. – Wiesbaden.: GWV Fachverlage GmbH, 2008. – P. 327 – 342.

6. Інформаційні ресурси

1. Закон України «Про рекламу». Відомості Верховної Ради України. 1996. № 39/ URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>
2. Marketing Media Review: <https://mmr.ua>
3. Редакторський портал: <https://redactor.in.ua>
4. Інститут масової інформації: <https://imi.org.ua>