МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики

Кафедра СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

 **ЗАТВЕРДЖУЮ**

Декан \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ факультету

 \_\_\_\_\_\_ Костюк В.В.

«\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021

**ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ**

(ППН)

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки **бакалавр**

 освітньо-професійна програма **Інформаційно-комунікаційна справа**

**Укладач Бондаренко І. С., к.філол.н., доцент**

|  |  |
| --- | --- |
| Обговорено та ухваленона засіданні кафедри теорії комунікації,реклами та зв’язків з громадськістюПротокол №1від «29» серпня 2021 р.Завідувач кафедри журналістики В. В. Березенко\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (підпис) (ініціали, прізвище ) | Ухвалено науково-методичною радою факультету журналістики Протокол № 1 від «29» серпня 2021 р.Голова науково-методичної ради факультету Н. В. Романюк \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (підпис) (ініціали, прізвище ) |

2021 рік

1. **Опис навчальної дисципліни**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Найменування показників**  | **Галузь знань,** **напрям підготовки,** **рівень вищої освіти**  | **Характеристика навчальної дисципліни** |
| денна форма навчання | заочна форма навчання |
| Кількість кредитів – 3  | Галузь знань06 – журналістика(шифр і назва) | нормативна  |
| Цикл професійної підготовки |
| Розділів – 2 | Спеціальність061 – журналістика(шифр і назва) | **Рік підготовки:** |
| Загальна кількість годин - 90 | 1-й | 1-й |
| **Лекції** |
| Тижневих годин для денної форми навчання:аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 2  | Освітньо-професійна програма журналістика, реклама, зв’язки з громадськістю,медіакомунікації | 12 год. | 4 год. |
| **Практичні** |
| 24 год. | 6 год. |
| Рівень вищої освіти: **магістерський** | **Самостійна робота** |
| 54 год. | 110 год. |
| **Вид підсумкового контролю**: екзамен |

**2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Прикладні соціально-комунікаційні технології» є формування у студентів системи знань про сутність, структуру, моделі комунікації та базові сучасні комунікаційні технології. Вивчення курсу передбачає набуття навичок ефективної комунікації, осягнення майбутніми фахівцями моделі ефективного спілкування в умовах соціальних комунікацій.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Теорія масової інформації. Комунікаційні технології» є:

* ознайомити студентів з основними принципами масово-комунікаційної діяльності;
* розкрити сутність, призначення та завдання кожної з базових комунікаційних технологій;
* визначити місце комунікаційних технологій у системі соціальних технологій; представити та охарактеризувати компоненти комунікативного простору суспільства;
* пояснити сутність політичної комунікації та місце пропаганди й виборчих технологій у її системі.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати**:

- умови й критерії ефективної комунікації;

- специфіку політичної комунікації та її комунікаційно-технологічні складові;

- особливості пропаганди як соціально-психологічного феномену та комунікативну схему пропаганди;

- сутність та особливості виборчих технологій;

- основи іміджелогії та іміджмейкінгу;

- різновиди спін-операцій та методи маніпулятивної подачі інформації;

- складові комунікаційного простору.

* розкрити місце маніпулятивних методів у системі комунікаційних технологій.

**уміти:**

- впроваджувати базові елементи комунікаційного впливу у власній професійній практиці;

- професійно аналізувати стратегію, тактику та комунікаційний арсенал виборчої кампанії;

- розробляти сценарії соціальних та політичних перформансів;

- організовувати та планувати імідж-стратегії;

- характеризувати спеціальні техніки пропаганди у певному політичному та соціокультурному контексті;

- аналізувати журналістські матеріали щодо наявності та ролі комунікаційних ефектів.

Згідно з вимогами освітньо-професійних програм студенти повинні досягти таких **компетентностей**:

* розуміння та здатність до критичного осмислення концептуальних засад сучасних комунікаційних технологій;
* здатність опановувати та усвідомлювати інформацію щодо сучасного стану і тенденцій розвитку комунікаційного простору;
* вміння використовувати теоретичний та методичний інструментарій теорії масових комунікацій;
* здатність використовувати базові знання і практичні навички щодо оцінки функціонування й впровадження комунікаційних технологій;
* здатність бути критичним і самокритичним;
* здатність працювати як у команді, так і самостійно;
* здатність професійної комунікації.

**Міждисциплінарні зв’язки.** Курс «Прикладні соціально-комунікаційні технології» пов’язаний із дисциплінами циклу професійної теоретичної та практичної підготовки, а саме: «Соціологія масової комунікації», «Технологія наукових досліджень у сфері соціальних комунікацій», «ПР-комунікації в контексті становлення громадянського суспільства», «Практика ПР-діяльності», «Реклама», а також із дисциплінами соціально-гуманітарного напрямку: соціологією, психологією, політологією.

**3. Програма навчальної дисципліни**

**Розділ 1. Комунікаційні технології у системі соціальних технологій. Комунікативний простір українського суспільства**

*Тема 1. Комунікаційні технології у масово-інформаційних процесах суспільства. Комунікативний простір українського суспільства.*

Поняття соціальна технологія. Місце комунікаційних технологій у системі соціальних технологій. Класифікація та коротка характеристика комунікаційних технологій. Особливості комунікативно-інформаційних процесів у соціальній діяльності в умовах глобалізації. Поняття маніпуляція. Використання маніпулятивних методик у системі комунікаційних технологій. Поняття комунікативного простору. Елементи комунікативного простору. Специфіка комунікативного простору українського суспільства. Візуальна комунікація у системі комунікаційних технологій. Кінесика у системі візуальної комунікації. Жести у системі невербальних засобів комунікації. Вербальна комунікація. Поняття ефективної мовної комунікації. Неуспішна мовна комунікація. Типологія комунікативних невдач.

*Тема 2. Комунікативна діяльність та її складові. Комунікаційний ефект як результат сприймання журналістського матеріалу.*

Типологія комунікативних ефектів. Комунікативна діяльність та її складові. Типи комунікації. Функції комунікативних одиниць. Поняття комунікативного акту й комунікативного ефекту в масовій комунікації. Комунікативний ефект як результат сприймання журналістського матеріалу. Комунікативні моделі реагування. Статичні й динамічні комунікативні ефекти та принципи їх формування. Комунікативний ефект і цілісність журналістського твору. Етичні складові масово-комунікаційної діяльності.

*Тема 3. Перформансна комунікація.*

Перформансна комунікація як специфічний різновид комунікаційного процесу. Роль перформансної комунікації у комунікативному просторі суспільства. Гра, свято, ритуал у комунікативному та культурному оформленні соціуму. Сучасні форми перформансної комунікації. Флеш-моб та його комунікаційна семантика. Фольклорно-обрядові форми перформансної комунікації українського суспільства.

*Тема 4. Міфологічна комунікація.*

Міфологічна комунікація та її функції у системі комунікаційних процесів. Поняття «міф», «архетип» у сучасній комунікативістиці. Основні функції міфу в соціально-політичних процесах. Маніпулятивне використання міфу та архетипу в політичній комунікації.

**Розділ 2. Технології політичних комунікацій. Роль ЗМІ у здійсненні політичних комунікацій**

*Тема 5. Політична комунікація. Пропаганда як технологія політичного маніпулювання. Виборчі технології.*

Пропаганда як соціально-психологічний феномен. Комунікативна схема пропаганди.Класифікація видів пропаганди.Психологія пропаганди. Механізми впливу пропаганди на психіку людини.Сутність та особливості виборчих технологій. Класифікації виборчих технологій. Сучасні типи виборчих стратегій. Арсенал комунікативних дій і заходів. Етапи виборчої кампанії. Календарний план проведення виборів. Медіа і вибори: домінація символів і міфів. “Символічний припис” як необхідний атрибут віртуального сприйняття лідера.

*Тема 6. Поняття іміджелогії та іміджмейкінгу (методи, способи та засоби створення іміджу).*

Соціально-психологічна сутність іміджу та його символіка.Різновиди соціального іміджу. Компоненти іміджу (габітарний, вербальний, кінетичний, предметний, професійно-особистісний).Методики моделювання іміджу. Іміджеві психотехніки.Інструментарій іміджелогії (концепція Г.Почепцова): позиціонування, маніпуляція, міфологізація, емоціоналізація, вербалізація, деталізація, візуалізація).Політичний імідж: технологія створення. Поняття харизми.

*Тема 7. Спіндоктор як комунікаційна технологія*

Історія формування технології спіндоктор.Спіндоктор у системі політичних комунікацій та PR-технологій**.** Спіндоктор та його функції. П`ять типів роботи спіндоктора. Пре-спін. Пост-спін. Торнадо-спін. Контроль кризи. Зменшення втрат. Схема роботи спіндоктора.Різновиди спін-операцій. Основні методи маніпулятивної подачі інформації.Недоліки та переваги маніпулятивної та силової системи керування масовою свідомістю**.** Спіндоктор як модератор новин.Основні принципи інтерпретації події.

*Тема 8. Технологія «оксамитових», «кольорових» революцій.*

Карнавальна культура як елемент технологій «оксамитових», «кольорових» революцій. Сценарій масових інформаційної операції стратегічного характеру.

**4. Структура навчальної дисципліни**

|  |  |
| --- | --- |
| Назви розділів і тем | Кількість годин |
| денна форма | заочна форма |
| усього  | у тому числі | усього  | у тому числі |
| л | п | сам. роб. | л | п | сам. роб. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | інд.завд. | 6 | 7 | 8 | 9 | інд.завд. |
|  |
| **Розділ 1. Комунікаційні технології у системі соціальних технологій. Комунікативний простір українського суспільства.** |
| Тема 1. Комунікаційні технології у масово-інформаційних процесах суспільства. Комунікативний простір українського суспільства | 10 | 1 | 2 | 7 |  | 12 | 1 | 1 | 10 |  |
| Тема 2. Комунікативна діяльність та її складові. Комунікаційний ефект як результат сприймання журналістського матеріалу | 10 | 1 | 2 | 7 |  | 12 | 1 | 1 | 10 |  |
| Тема 3. Перформансна комунікація | 13 | 2 | 4 | 7 |  | 11 |  | 1 | 10 |  |
| Тема 4. Міфологічна комунікація | 12 | 2 | 2 | 8 |  | 11 |  | 1 | 10 |  |
| Разом за розділом 1 | 44 | 6 | 10 | 29 |  | 46 | 2 | 4 | 40 |  |
| **Розділ 2.** **Технології політичних комунікацій. Роль ЗМІ у здійсненні політичних комунікацій.** |
| Тема 5. Політична комунікація. Пропаганда як технологія політичного маніпулювання. Виборчі технології | 10 | 1 | 2 | 7 |  | 12 | 1 | 1 | 10 |  |
| Тема 6. Поняття іміджелогії та іміджмейкінгу (методи, способи та засоби створення іміджу) | 12 | 1 | 4 | 7 |  | 12 | 1 | 1 | 10 |  |
| Тема 7. Спіндоктор як комунікаційна технологія | 12 | 2 | 4 | 6 |  | 10 |  |  | 10 |  |
| Тема 8. Технологія «оксамитових», «кольорових» революцій | 12 | 2 | 4 | 6 |  | 10 |  |  | 10 |  |
| Разом за розділом 2 | 46 | 6 | 14 | 26 |  | 44 | 2 | 2 | 40 |  |
| 1. **Усього годин**
 | 90 | 12 | 24 | 54 |  | 90 | 4 | 6 | 80 |  |

1. **Теми лекційних занять**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №з/п | Назва теми | Кількістьгодин |
| ден. | заоч. |
| 1. | Комунікаційні технології у масово-інформаційних процесах суспільства. Комунікативний простір українського суспільства | 1 | 1 |
| 2. | Комунікативна діяльність та її складові. Комунікаційний ефект як результат сприймання журналістського матеріалу | 1 | 1 |
| 3. | Перформансна комунікація | 2 | 1 |
| 4. | Міфологічна комунікація. | 2 | 1 |
| 5. | Політична комунікація. Пропаганда як технологія політичного маніпулювання. Виборчі технології. | 1 |  |
| 6. | Поняття іміджелогії та іміджмейкінгу (методи, способи та засоби створення іміджу). | 1 |  |
| 7. | Спіндоктор як комунікаційна технологія. | 2 |  |
| 8.  | Технологія «оксамитових», «кольорових» революцій. |  2  |   |
| **Разом**  |   | 12 | 4 |

 **6. Теми практичних занять**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №з/п | Назва теми | Кількістьгодин |
| ден. | заоч. |
| 1. | Комунікаційні технології у масово-інформаційних процесах суспільства. Комунікативний простір українського суспільства | 2 | 1 |
| 2. | Комунікативна діяльність та її складові. Комунікаційний ефект як результат сприймання журналістського матеріалу | 2 | 1 |
| 3. | Перформансна комунікація | 4 | 1 |
| 4. | Міфологічна комунікація | 2 | 1 |
| 5. | Політична комунікація. Пропаганда як технологія політичного маніпулювання. Виборчі технології | 2 | 1 |
| 6. | Поняття іміджелогії та іміджмейкінгу (методи, способи та засоби створення іміджу) | 4 | 1 |
| 7. | Спіндоктор як комунікаційна технологія. | 4 |  |
| 8.  | Технологія «оксамитових», «кольорових» революцій |  4  |  |
| **Разом**  |   | 24 | 6 |

1. **Самостійна робота**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №з/п | Назва теми | Кількістьгодин |
| ден. | заоч. |
| 1. | Комунікаційні технології у масово-інформаційних процесах суспільства. Комунікативний простір українського суспільства | 7 | 10 |
| 2. | Комунікативна діяльність та її складові. Комунікаційний ефект як результат сприймання журналістського матеріалу | 7 | 10 |
| 3. | Перформансна комунікація | 7 | 10 |
| 4. | Міфологічна комунікація | 8 | 10 |
| 5. | Політична комунікація. Пропаганда як технологія політичного маніпулювання. Виборчі технології | 7 | 10 |
| 6. | Поняття іміджелогії та іміджмейкінгу (методи, способи та засоби створення іміджу) | 7 | 10 |
| 7. | Спіндоктор як комунікаційна технологія | 6 | 10 |
| 8.  | Технологія «оксамитових», «кольорових» революцій |  6  |  10 |
| **Разом**  |   | 54 | 80 |

**Індивідуальне практичне завдання.** Підготувати проект творчої роботи на актуальну в межах курсу тему (на вибір студента).

**8. Види контролю і система накопичення балів**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №  | **Вид контрольного заходу / кількість контрольних заходів/ кількість балів** | **Кількість контрольних заходів** | **Кількість балів** | **Усього балів** |
| 1 | Усна індивідуальна відповідь | 10 | 2 | 20 |
| 2 | Самостійне проходження тесту за матеріалом Розділу 1 у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ (за умови виконання тесту не менше ніж на 85%. Кількість спроб не враховується. Час не обмежено. | 1 | 2 | 2 |
| 3 | Підготовка завдання самостійної творчої роботи.Термін виконання – у межах підготовки до практичних занять | 10 | 2 | 20 |
| 4 | Самостійне проходження тесту за матеріалом Розділу 2 в системі електронного забезпечення навчання ЗНУ (за умови виконання тесту не менш ніж на 85%. Кількість спроб не враховується. Час не обмежено. | 1 | 2 | 2 |
| 6 | Підсумковий контроль - екзамен | індивідуальне практичне завдання | 1 | 10 | 10 |
| контрольне тестування за вивченим матеріалом курсу (проводиться по завершенню вивчення курсу на вибір викладача: письмово). | 3 | 3 |
| **Екзамен** (проводиться по завершенню вивчення курсу і складається з двох теоретичних й одного практичного завдання) | 27 | 27 |
| Усього | 32 | 100 | 100 |

1. **Виконання завдання самостійної роботи. Презентація завдання.** Цей вид контролю передбачає виконання завдань самостійної роботи. Максимальну кількість балів (**2 бали**) студент отримує за обізнаність у темі, демонстрацію практичних навичок, орієнтацію в останніх наукових дослідженнях з теми, наведення влучних прикладів. Завдання повинно характеризуватися змістовним, логічним викладом матеріалу і супроводжуватися електронною презентацією або наочними матеріалами (аудіо, відео).

**Бали не виставляються** за відповідь, що містить неправильне висвітлення питання, помилкову аргументацію, практичні приклади відсутні, презентація відсутня.

**2. Презентація завдання самостійної роботи.** Цей вид контролю передбачає перевірку виконання завдання самостійної роботи через його презентацію та обговорення на занятті. Максимальну кількість балів (**1 бал**) студент отримує за презентацію завдання самостійної роботи та активну участь в обговореннях і дискусіях.

**Бали не виставляються** за відсутність виконаних завдань і вправ та бездіяльність під час заняття.

**3.** Самостійне проходження тесту за матеріалом Розділу 1 у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ (за умови виконання тесту не менше ніж на 85%). Кількість спроб не враховується. Час не обмежено.

**4. Контрольне тестування за результатами вивчення матеріалу Розділу**. Цей вид контролю передбачає тестування в письмовій або електронній формі. 1 бал відповідає 1 правильній відповіді на питання тесту.

**5. Самостійне проходження тесту за матеріалом Розділу 2** в системі електронного забезпечення навчання ЗНУ (за умови виконання тесту не менш ніж на 85%. Кількість спроб не враховується. Час не обмежено.

**6. Індивідуальне практичне завдання** є підготовкою проекту творчої роботи (розробка PR-заходів виборчої кампанії) і оцінюється так:

**20 балів** виставляється за відмінне виконання завдання, оригінальність ідеї, творчий підхід, якісний текст і візуальний ряд, логічний виступ без мовних огріхів. У презентацію входить успішний захист індивідуального завдання.

**10 балів** виставляється за виконане завдання, але з певними зауваженнями щодо якості тексту і зображення, оригінальність ідеї, підготовлений виступ, в якому трапляються мовні огріхи. Під час захисту допускаються неточності.

**5 балів** виставляється за неповне виконання завдання, шаблонний підхід, неоригінальність ідеї, неякісне її втілення. У тексті наявні помилки, відеоряд має значні недоліки, зображення не відповідає тексту, у мовленні наявні помилки.

**Бали не виставляються** у разі повної відсутності індивідуального творчого завдання.

**7.Контрольне тестування** за вивченням матеріалу курсу проводиться по завершенню вивчення курсу на вибір викладача: в письмовому або електронному вигляді. 1 бал відповідає 1 правильній відповіді на питання тесту.

**8. Екзамен.** Складається з двох теоретичних й одного практичного завдання**.**

Теоретичний блок максимально оцінюється сумою 20 балів; практичний – 20 балів.

**30 - 40 балів** виставляється за відповідь, яка містить вичерпне розкриття усіх запитань, розгорнуту аргументацію кожного з положень, побудована логічно й послідовно, розкриває питання від його нижчих до вищих рівнів. Студент має добре володіти професійною термінологією. Відповідь на питання повинна ілюструватися прикладами з практики, бажано з власної. Питання мають розкриватись українською літературною мовою і містити посилання на засвоєну навчальну літературу. При цьому студент може висловлювати свою думку, аргументуючи її. Максимальна кількість балів виставляється тоді, коли студент без помилок і зауважень виконав практичне завдання.

**20 - 29 балів** виставляються за відповідь, яка містить повне, але не вичерпне висвітлення усіх запитань, що містяться в білеті, скорочену аргументацію головних положень, допускає порушення логіки й послідовності викладу матеріалу, а розуміння теоретичних питань не підкріплює матеріалами з практики. Виконання практичного завдання має незначні помилки та зауваження. При цьому студент чітко розуміє вимоги, що висуваються до такого типу матеріалів, дотримується їх, але має недоліки в подачі інформації.

**10 - 28 балів** виставляються за відповідь, яка містить неповне висвітлення запитань, поверхово аргументує положення відповіді, виклад характеризується порушенням логіки й послідовності викладення матеріалу, практичні приклади, що унаочнювали б теоретичні положення, відсутні. В мовленні фіксуються помилки, допускаєються термінологічні неточності. Виконання практичного завдання має чимало помилок як у структурі, так і в стилістиці повідомлення, студент має значні труднощі в подачі повідомлення.

**1 - 10 балів** виставляється за відповідь, яка містить неправильне висвітлення запропонованих питань, невірну аргументацію, незнання фактів та помилкове оперування термінами. Студент не має власних матеріалів. У відповіді трапляються стилістичні помилки та довільне тлумачення фактів. Студент незадовільно виконав практичне завдання, в якому наявні грубі помилки структурного, стилістичного, орфографічного характеру. Студент не володіє навичками подачі повідомлень.

Екзамен може проходити письмово за тими ж критеріями оцінювання знань.

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***За шкалою****ECTS* | *За шкалою***університету** | **За національною шкалою** |
| **Екзамен** | **Залік** |
| A | 90 – 100(відмінно) | *5 (відмінно)* | *Зараховано* |
| B | 85 – 89(дуже добре) | 4 (добре) |
| C | 75 – 84(добре) |
| D | 70 – 74(задовільно)  | 3 (задовільно) |
| E | 60 – 69(достатньо) |
| FX | 35 – 59(незадовільно – з можливістю повторного складання) | 2 (незадовільно) | Не зараховано |
| F | 1 – 34(незадовільно – з обов’язковим повторним курсом) |

**9. Рекомендована література**

**Основна**

1. Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії: монографія. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. 320 с. (ISBN 978-966-599-541-8).
2. Джеймс Лалл. Мас-медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід. Київ: К.І.С., 2002. 264 с.
3. Королько В. Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика. Київ : Скарби, 2001. 400 с.
4. Матвиенко В. Я. Социальные технологии. Київ: Українські прометеї, 2000. 446 с.
5. Макаренко Є. А. Європейська інформаційна політика. Київ: Наук.-видав. центр «Наша культура і наука», 2000. 368 с.
6. Медіакультура в контексті міждисциплінарних досліджень: монографія / за загал. наук. ред В.В. Березенко, М. А. Лепського, О. О. Семенець; відп. Ред. К. Г. Сіріньок-Долгарьова. Запоріжжя: Кераміст, 2017. 309 с.
7. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. Москва: „Реал- бук”, Київ: „Ваклер”, 2001. 656 с.
8. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии ХХ века. Москва : „Реал-бук”, Київ : „Ваклер”, 2001. 352 с.
9. Почепцов Г. Г. Информационные войны. Москва: Изд-во „Люберецкая газета”, 2001. 574 с.
10. Прикладні соціально-комунікаційні технології: теорія та практика : монографія / [І. Г. Абрамова, В. В. Березенко, І. С. Бондаренко та ін.]; за заг. ред. В. М. Манакіна; відп. ред. В. В. Березенко, О. О. Семенець. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. 332 с.
11. Різун В. В. Маси: текст лекцій. Київ Вид. центр „КУ”, 2003. 118 с.
12. Скуленко М. И. Журналистика и пропаганда. Київ : Вища школа, 1987. 117с.
13. Скуленко М. И. История политической пропаганды. Київ: Либідь, 1990. 164 с.

**Додаткова**

1. Барт Р. Мифологии [пер. с фр., вступ. ст. и коммент. С.Н. Зенкина]. Москва: Изд-во имени Сабашниковых, 1996. 312 с.
2. Гриценко О., Шкляр В. Основи теорії міжнародної журналістики. Київ: Вид.-полігр. Центр “КУ”, 2002. 304 с.
3. Зернецька О.В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. Київ : Освіта, 1999. 351 с.
4. Шепель В.М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния. 2-е изд., перераб и доп Київ : Культура и спорт, ЮНИТИ, 1997. 339с.
5. Сотникова С.И. Управление карьерой: учебное пособие. Москва : ИНФРА-М, 2001. 408 с.
6. Перелыгина Е.Б. Психология имиджа: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2002. 223с.
7. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия. Р н/Д : Феникс, 2010. 478 с.
8. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. Москва : Алгоритм, 2000. 369 с.

**Інформаційні ресурси:**

1. Бібліотека українських підручників. URL: <http://pidruchniki.ws>.
2. Библотека Пси-фактор. URL: <http://psyfactor.org>.
3. Библиотека учебной книги. URL: http://evartist.narod.ru/journ.htm

Погоджено \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Навчальний відділ

« »\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Доповнення та зміни до робочої програми навчальної дисципліни**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Протокол засідання кафедри  (дата та номер) | Внесені зміни | Підпис завідувача кафедри, дата |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |