|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Тиждень****і вид заняття** | **Тема заняття** | **Контрольний захід** | **Кількість балів** |
| Змістовий модуль 1 |
| Тиждень 1-2Лекція 1 | Комунікаційні технології у системі прикладної науки й соціального інжинірингу |  |  |
| Тиждень 1-2Семінар 1-2 | Комунікаційні технології у системі прикладної науки й соціального інжинірингу | Аналіз основних ознак та критеріїв впровадження соціальних технологій.Розробка приблизної теоретичної моделі реалізації одного з різновидів соціальних технологій, актуальної для нашого сьогодення | 10 |
| Тиждень 3-4Лекція 2 | Типологічна система соціально-комунікаційних технологій |  |  |
| Тиждень 3-4Семінар 2 | Типологічна система соціально-комунікаційних технологій | Аналіз кейсу зразків комунікативних і комунікаційних технологій. Визначення основних критеріїв їх диференціації.Аналіз однієї з соціальних інституцій українського суспільства (політична, економічна, культурно-виховна, родинна, релігійна) та визначення арсеналу СКТ.Порівняльна характеристика технологій політичної пропаганди, політичного паблік рилейшнз і політичного маркетингу. Візуалізація результатів пошуку. | 10 |
| Змістовий модуль 2 |
| Тиждень 5-6Лекція 3 | Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність |  |  |
| Тиждень 5-6 Семінар 3 | Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність | Розробка професійного іміджу певній особі за рекомендованими картами (об’єктом іміджування може поставати знайома / знайомий, публічна особа або уявний прототип) | 10 |
| Тиждень 7Лекція 4 | Діяльність іміджмейкера та психологія сприйняття образу. |  |  |
| Тиждень 7Семінар 4 | Діяльність іміджмейкера та психологія сприйняття образу. | Розробка моделі іграшки для дітей 6-12 місяців, враховуючи психічні та психологічні особливості сприйняття людини у цьому віці. Це має бути малюнок та описова схема.Розробка реклами певного універсального харчового продукту або предметів побуту (приміром, холодильника), розраховану на українців, італійців, німців, єгиптян, сирійців (5 варіантів однієї реклами). | 5 |
| Змістовий модуль 3 |
| Тиждень 8-9Лекція 5 | Пропаганда та контрпропаганда як політична діяльність. Особливості пропагандистських кампаній в епоху постмодерну. |  |  |
| Тиждень 8-9Семінар 5 | Пропаганда та контрпропаганда як політична діяльність. Особливості пропагандистських кампаній в епоху постмодерну. | Оформлення портфоліо (ілюстративної бази) найосновніших методів пропаганди (10 прикладів).Аналіз негативних ярликів, що використовувалися під час останньої виборчої кампанії.  | 5 |
| Змістовий модуль 4 |
| Тиждень 10-11Лекція 6 | Виборчі технології.Стратегія і тактика виборчої кампанії |  |  |
| Тиждень 10-11Семінар 6 | Виборчі технології.Стратегія і тактика виборчої кампанії | Презентація плану проведення виборчої кампанії окремої партії, кандидата.Презентація дослідження форми і засоби передвиборної агітації кандидатів на пост Президента України.Аналіз символіки політичних партій і рухів України й визначення техніки міфодизайну. | 10 |
| Тиждень 12Лекція 7 | Спіндокторинг як комунікаційна технологія конструювання медіареальності |  |  |
| Тиждень 12Семінар 7 | Спіндокторинг як комунікаційна технологія конструювання медіареальності | Упровадження дослідження на тему: “Реалізація прийомів спін-операцій в онлайн-ЗМІ” (хронологічні межі дослідження – 2 тижні; об’єкт дослідження – obozrevatel.com, segodnya.ua, strana.ua, korrespondent.net, pravda.com.ua, gordonua.com, hromadske.ua, nv.ua). | 10 |