|  |  |
| --- | --- |
| **КОМУНІКАЦІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ** СИЛАБУС |  |
| **Шифр і назва спеціальності** | **054 – Соціологія** | **Інститут / факультет** | **Факультет соціально-гуманітарних технологій** |  |  |  |
| **Назва програми** | **соціологія управління** | **Кафедра** | **Соціології і публічного управління** |  |  |  |
| **Тип програми** | **професійна підготовка (вибіркова)** | **Мова навчання** | **Українська**  |  |  |  |
| **Викладач** |  |
| ***Карина Агаларова, Karina.Agalarova@khpi.edu.ua***  |  |  |  |
|  | Кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології і публічного управління (НТУ «ХПІ»)Авторка понад 20 наукових і навчально-методичних публікацій. Провідна лекторка з курсів: «Іміджологія», «Соціологія соціальних змін», «Соціологія зв'язків з громадськістю», «Комунікативна діяльність в публічній сфері», «Соціологія спорту», «Історія соціології», «Методи оцінки персоналу в організації» |  |
| **Загальна інформація про курс** |  |
| **Анотація** | Курс «Комунікації в організації» дає можливість студентам розуміти взаємодію соціальних структур суспільства і комунікативних систем різних рівнів, а також виявити взаємозв'язок факторів, що обумовлюють адекватну передачу і сприйняття соціально значимої інформації в організаціях.  |  |
| **Цілі курсу** | ознайомлення студентів з сучасними вітчизняними та світовими теоріями соціології комунікацій, їх співвідношенням з суспільством, роллю засобів комунікацій в процесі соціальних змін, а також розкрити сутність основних понять соціології комунікацій та їх використання у вивченні сучасних процесів українського суспільства. |  |
| **Формат**  | Лекції, практичні заняття, консультації. Підсумковий контроль – іспит.  |  |
| **Семестр** | 6 |  |
| **Обсяг (кредити) / Тип курсу** | 4/ Вибірковий | **Лекції (години)** | 24 | **Практичні заняття (години)** | 24 | **Самостійна робота (години)** | 72 |  |  |  |  |
| **Програмні компетентності** | * Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології (ЗК09).
* Здатність аналізувати соціальні відносини та ефективність соціальних комунікацій, здійснювати соціологічне забезпечення управління в окремих сферах їх існування (СК12).
 |  |  |  |  |

**Результати навчання**

* Використовувати понятійний апарат соціології в освітній, дослідницькій та інших сферах професійної діяльності (РН01).
* Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних задач (РН04).
* Вміти використовувати інформаційно-комунікаційні технології у процесі пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації (РН07).

**Теми що розглядаються**

**Тема 1. Соціологія комунікації як спеціальна галузь соціології**

 Соціологія комунікації як спеціальна галузь соціології, що вивчає проблеми взаємодії соціальних структур і комунікативної діяльності їхніх представників.

 Взаємодія факторів, що визначають природу соціальної комунікації - біологічних, соціальних, етнічних, психологічних та ін. Основні напрямки дослідження соціальної комунікації в закордонних школах: біхевіоризм, необіхевіоризм, символічний интеракционизм, феноменологическое напрямок, структурний функціоналізм, постмодернізм. Пошуки нових підходів до вивчення соціальної комунікації.

 Соціологія комунікації як інтегруюча наукова дисципліна. Онтологічні, гносеологічні та аксиологічні основи теорії комунікації. Характеристики соціальних структур, істотні для комунікації: а) обумовленість видами людської діяльності, б) співвіднесеність з актуальними концептами даного часу та місця, в) відносна стійкість у плані діахронії та нормативно обумовлена варіативність у плані синхронії.

 Зв'язок соціології комунікації з іншими галузями соціології.

 Базові складової соціології комунікації: а) соціальні системи, структури, інститути, процеси б) комунікативні системи, в) види, канали та засоби комунікації, що забезпечують передачу та сприйняття інформації з метою впливу на суспільство та індивідів.

 Різні підходи до обґрунтування взаємодії комунікації та соціальних структур, до розуміння соціальної інформації та ціннісної орієнтації. Обґрунтування соціального статусу як найважливішої категорії комунікації (Г.Дж.Мейн, М.Вебер, Ю.Хабермас, Т.М.Дридзе, А.Д.Швейцер та ін.).

 Суспільна природа мови. Функції мови. Структурний, семантичний і прагматичний аспекти мови. Предмет соціології комунікації (коммунікативістики). Основні одиниці прагмалінгвистики.

Поняття "інформації", "соціально-значущої інформації", "каналів зв'язку", структура "комунікативного акту" (Лассуэл, Якобсон), "комунікативна / мовна компетентність", "комунікативна / мовна діяльність", "мова як система систем", "соціокомунікативна система".

**Тема 2. Семіотика**

 Символьна комунікація. Типологія знаків по різних підставах. Пражська лінгвистична школа. Соціальный знак як символ.

 Семіотика – наука о знаках мовної комунікації. Механізм речової комунікації. Особливості стилей викладу у періодичній печаті. Нейтральный стиль, високий стиль, знижений стиль. Значення одиниць мови. Механізми взаємодії соціальних та лінгвістичних факторів.

 Джерела виразних, емоційно забарвлених засобів мови. Семантика, синтактика, прагматика. Устні канали передачи інформації в формуванні речових норм. Теорія двухфазової, або трьохфазової комунікації.

 Символьна комунікація.

**Тема 3. Системність комунікації**

 Цілі і функції комунікації в організаціях. Види комунікації в організації. Внутрішньо організаційні та зовнішньо організаційні комунікації в організаціях: зміст, поняття, цілі і завдання.

 Класифікація внутрішньо організаційних комунікацій. Суб'єкти і об'єкти зовнішньо організаційних комунікацій організації, їх структура та особливості взаємодії.

 Основні проблеми комунікації в організаціях. Типологія бар’єрів ділової комунікації: мікро бар'єри і макро бар'єри. Причини виникнення бар’єрів ділової комунікації. Способи вдосконалення комунікаційних процесів в організаціях.

 **Тема 4. Ефективні ділові комунікації в організаціях**

 Підходи до розуміння сутності ділової комунікації. Комунікаційна функція керівника. Класифікація форм ділової комунікації: наради, офіційні і протокольні заходи, зустрічі, прийоми, бесіди, виступи, письмові документи.

 Діалог і дискусія як загальна форма комунікації. Форми взаємодії у діловому спілкуванні: прес-конференція, презентація, прийом з особистих питань, брифінг, ділові переговори.

 Чинники формування ефективних ділових комунікацій. Конфлікти в організації. Кризові комунікації в організації: причини та класифікації. Комунікаційні стилі ефективного ділового спілкування.

**Тема 5. Соціальні аспекти комунікації**

 Поняття функції в соціальній комунікації. Основні функції соціальної комунікації.

Фактори, що обумовлюють актуалізацію соціальних домінант комунікації: стратификационный, ситуаційний, оцінний і функціональний.

 Обґрунтування категорій соціального статусу, комунікативних ролей і комунікативних сфер, соціальної ситуації, комунікативної установки, значеннєвої і оцінної інформації та соціальної орієнтації як соціальних домінант. Їхній зміст і засоби актуалізації. Розмежування понять соціального статусу, комунікативної ролі та соціального стереотипу. Конвенціональна обумовленість мовного етикету.

Обґрунтування поняття "мовна особистість" у соціологічному аспекті (Ж.Піаже, Л.Колберг, Т.Парсонс, Дж.Мід). "Мовне існування" як одна з найважливіших сфер діяльності людини.

 Структура "мовної особистості". Вербально-семантичні, когнітивні та прагматичні характеристики мовної особистості в моделі Ю.Н.Караулова. "Індивідуальна мовна особистість" та "колективна мовна особистість". Соціальні характеристики комунікантів. Комунікативна особистість і параметри її моделювання.

 Сучасні дослідження впливу гендерных розходжень на характер когнітивних процесів і пов'язане із цим комунікативне поводження особистості. Чоловічий і жіночий типи комунікації (структурування інформації, відсівання важливої/незначущої інформації, емоційність спілкування, детализированность викладу, темп мови і т.ін.). Темпи розвитку комунікативної активності у хлопчиків і дівчинок. Комунікативна діагностика девіантного поводження.

**Тема 6. Міжкультурна комунікація**

 Поняття "стереотипів" у соціології. Соціальні, психологічні, етнічні стереотипи. Стереотипизация спілкування та збідніння інформаційної структури комунікації. Тенденція до стереотипизации спілкування в масовій комунікації та в умовах глобального спілкування з метою скорочення тимчасових витрат на освоєння та переробку інформації. Масове споживання як передумова стереотипного спілкування. Роботи Р.Барта та Ж.Бодрийяра про міфологію сучасного спілкування про світ "симулякрів".

 Поняття "культури". Культура як аксиологична система. Труднощі збагнення системи стереотипів іншої культури. Міжетнічні конфлікти. Міжконфесіональі конфлікти. Конфлікти між різними соціальними шарами в культурі на побутовому рівні. Категорія "толерантності". Перспективи налагодження міжкультурного спілкування.

**Тема 7. Інформаційне суспільство та глобалізація комунікативних процесів**.

 Типологія суспільних формацій. Характерні риси постіндустріального суспільства. Роботи головних теоретиків постіндустріального суспільства ( Дж.Гэлбрейт,

Д. Белл, М Маклюэн, М. Кастельс, З.Бжезинский, О.Тоффлер, Ф.Фукуяма, С.Л.Афанасьєв, У.Л Іноземців). Місце інформаційних процесів у сучасному суспільстві. Доступ до виробництва та споживання інформації. Поняття інформаційного імперіалізму. Ідеї теоретиків інформаційного суспільства про електронний котедж, світове село. Глобальне спілкування індивідів. Руйнування політичних та економічних меж. Психологічні наслідки комп'ютерного спілкування. Поняття "інформаційної безпеки" в індивідуально-психологічному і соціально-політичному аспектах. Нові соціальні спільності та технології організації соціальної взаємодії через глобальні інформаційні мережі (на прикладі політичної діяльності). Зміна структури сучасних ЗМІ.

 Влада і типи проведеної нею політики (економічна, соціальна, мовна і т.ін.). Інформаційна політика як інтегроване подання в суспільній думці портрета влади. Основні інформаційні потоки в суспільстві. Довіра в суспільстві владним інститутам. Консолідація інформаційних потоків. Формування державної ідеології. Патріотизм. Інформаційні війни в суспільстві. Компромат у суспільній свідомості. Неефективна інформаційна політика.

 Партії та некомерційні організації як суб'єкти політики. Утворення та інформаційна політика держави. ЗМІ та інші інститути формування суспільної думки. Робота з субкультурами (вікові, соціальні субкультури) та задоволення інформаційних потреб маргінальних груп. Мистецтво та творче життя як елементи інформаційної політики держави. Міжнародна інформація. Інформаційна безпека.

 Комунікативний менеджмент як один з найважливіших різновидів керування соціальними процесами. Вимоги до фахівця в області комунікативного менеджменту. Оцінка рівня лінгвістичної компетентності комунікативного менеджера. Поняття про техніків нейро-лінгвістичного програмування. Прикладні моделі комунікації.

 Поняття маніпуляції. Публічний та непублічний інформаційний простір. Техніки маніпулювання інформаційними потоками.

Принципи інформаційної війни. Поняття інформаційної погрози. Рівень суггестивных шумів. Сугестія та безпека. Поняття інформаційної мішені. Типова стратегія інформаційної війни. Ознаки інформаційної поразки. Наслідки інформаційної війни.

**Тема 8. Інститути комунікації. Глобальне інтерактивне спілкування**

 Освіта як інститут комунікації. Суспільна політика в галузі освіти. Критерії комунікативної компетентності. Криза комунікативної компетентності та її наслідки для держави.

 Бібліотека як інститут комунікації. Перспективи розвитку інформаційних сховищ. Поняття бази даних. Зміна відносини до читання. Сучасні типи читання. Сучасні інформаційні системи. Пошук інформації. Його автоматизація. Позитивні та негативні наслідки автоматизації інформаційних процесів. Креативний початок у пошуку інформації та її виробництві.

 ЗМІ як інститут комунікації. Еволюція цього інституту в Х1Х - ХХ столітті. Світові інформаційні агентства. Виробники та споживачі новин. Роль ньюсмейкерів у суспільстві. Створення інтерактивного комунікаційного середовища в ЗМІ.

 Реклама як інститут комунікації. Структура рекламного агентства. Замовники та виробники рекламної інформації. Споживачі рекламної інформації. Моделювання соціальних потреб і соціальної взаємодії в мові реклами. Особливості рекламних текстів. Міжнародні рекламні мережі.

Глобальне інтерактивне спілкування. Створення світових інформаційних мереж. Принципи організації спілкування у світовій комп'ютерній мережі. Структура споживаної в мережах інформації. Типові споживачі інформації в мережах. Інтернет.

 Організація як найважливіший соціальний осередок. Типи організацій. Роль організації в соціалізації особистості (утворення, виробництво, дозвілля). Виникнення "паблік рилейшнз" (керування суспільними зв'язками та відносинами) як спроба оптимізації комунікативного середовища організації. Поняття внутрішнього та зовнішнього середовища організації. PR як інститут керування комунікативними процесами. Правові та етичні основи діяльності pr-служб. Інформаційно-аналітичне забезпечення та планування діяльності рr-служб. Структура рr-агентства та рr-відділу в організації. Вимоги до персоналу рr-служб.

 Поняття корпоративної культури. Методи формування іміджу організації і її лідера. Робота прес-центрів та прес-служб. Публічні акції PR. Технології РR у конфліктній ситуації. Технології PR у переговорному процесі.

**МЕТОДИ ТА ФОРМИ НАВЧАННЯ**

В процесі викладання курсу використовуються: **Репродуктивний метод**, який дозволяє студентам здобувати знання з курсу комунікації в організаціях, слухаючи розповідь, лекцію, про вітчизняні та світові теорії соціології комунікацій, їх співвідношенням з суспільством, роллю засобів комунікацій в організаціях. **Семінари-дискусії** передбачають обмін думками і поглядами студентів з приводу певної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди та переконання, виробляють вміння формулювати думки й висловлювати їх. **Частково-пошуковий, або евристичний метод дає змогу направити студентів на:**  самостійний пошук відповідей на поставлені проблемні питання шляхом звернення до навчальних посібників та наукових статей, що дозволяє студенту аналізувати соціальні відносини та ефективність соціальних комунікацій; на виконання *індивідуального завдання,* коли студент, використовуючи лекційний матеріал та додаткові джерела знань, знаходить відповідь на певне питання; на підготовку *презентації* – виступ перед аудиторією, що використовуються для представлення певних звітів про виконання індивідуальних завдань, проектних робот. Презентації можуть бути як індивідуальними, наприклад виступ одного слухача, так і колективними, тобто виступи двох та більше слухачів; на написання *реферату,* який виконується студентом на вільно обрану тематику з числа запропонованих тем. Для виконання реферату студент складає план реферату, згідно якому висвітлюються певні питання, аспекти, проблеми з обраної теми курсу.

Методи контролю

**1. Підсумковий (семестровий) контроль проводиться у формі екзамену або шляхом накопичення балів за поточним контролем по змістовним модулям.**

**Екзамен –** письмова або усна відповідь на питання, що містяться в екзаменаційному білеті. Питання екзаменаційних білетів доводяться до студентів заздалегідь. Екзаменаційні білети готує лектор, вони затверджуються на засіданні кафедри і підписуються завідувачем кафедри. Екзаменатора призначає завідувач кафедри. Він має оцінити якість відповіді студента за прийнятою шкалою академічних оцінок.

**Контрольні питання з курсу до екзамену.**

1 Об'єкт і предмет соціології комунікацій.

2 Суспільна природа мови. Функції мови. Структурний, семантичний і прагматичний аспекти мови.

3 Апарат соціології комунікацій. Інформація. Структура комунікативного акту. Комунікативна компетентність.

4 Природні комунікативні системи. Порівняйте їх зі штучними комунікативними системами.

5 Штучні комунікативні системи. Створення світового інтерактивного простору.

6 Семіотичний рівень організації комунікації

7 Вербальний рівень організації комунікації.

8 Дискурс. Різні підходи до моделювання дискурса. Структурні компоненти дискурса. Функціональні характеристики дискурса.

9. Бар'єри ділової комунікації в організації.

10. Роль комунікації в управлінні організацією.

11. Ділова комунікація.

12 Міжособистісна комунікація.

13 Межгрупповая комунікація.

14 Масова комунікація як соціальне явище й процес. Основні види текстів масової комунікації.

15 Соціологічні домінанти комунікації.

16 Поняття мовного етикету.

17 Комунікативна особистість і параметри її моделювання.

18 Гендерні розходження в комунікативних процесах.

19 Стереотипи спілкування.

20 Основні проблеми міжкультурної комунікації.

21 Поняття "симулякра" у концепції Ж.Бодрийяра

22 Поняття інформаційного суспільства.

23 Технології організації соціальної взаємодії через глобальні інформаційні мережі.

24 Поняття "інформаційної безпеки".

25 Основні параметри постіндустріального суспільства в концепції Д.Белла.

26 Основні інформаційні потоки в суспільстві. Структура інформаційної політики. Аналіз ефективності інформаційної політики.

27 Суб'єкти інформаційної політики.

28 Комунікативний менеджмент як один з найважливіших різновидів керування соціальними процесами.

29 Прикладні моделі комунікації. Поняття про нейро-лингвистичне програмування.

30 Поняття маніпуляції. Техніки маніпулювання інформаційними потоками.

31 Поняття інформаційної війни. Наслідки інформаційних війн.

32 Освіта як інститут комунікації.

33 Бібліотека та бази даних як інститути комунікації.

34 ЗМІ як інститут комунікації. Сучасні тенденції в розвитку ЗМІ.

35 Реклама як інститут комунікації. Моделювання соціальної взаємодії й соціальних потреб у мові реклами.

36 Принципи організації спілкування у світовій комп'ютерній мережі. Інтернет.Рунет.

37 "Паблік рилейшнз" як інститут управління комунікативними процесами.

38 Поняття корпоративної культури. Методи формування іміджу організації і її лідера.

39 Публічні акції ПР.

40 Використання методів загальної соціології в соціології комунікації.

41 Котент-анализ у дослідженні текстів ЗМІ.

42 Дискурс-анализ як метод дослідження комунікації.

43 Застосування глибинних інтерв'ю та фокус-груп у соціології комунікацій.

44 Постмодерністські концепції спілкування (М.Фуко, Ж.Делез, Ж.Деррида,У.Эко)

45 Концепція технологічного прогресу Олвина Тоффлера.

46 Опис комунікативних процесів у концепції інформаційного суспільства М.Кастельса.

47 Поняття електронного котеджу і світового села в працях теоретиків інформаційного суспільства.

48 Трансформація системи ЗМІ в украінському суспільстві за роки незалежності.

49 Зміна язикової компетентності в украінському суспільстві за роки незалежності.

50 Масова культура та масова комунікація.

51 Різні підходи до опису функцій масової комунікації.

52 "Язикове існування" як одна з найважливіших сфер діяльності людини.

53 Соціальні домінанти язикового існування.

54 Теорія мовних актів та її значення для соціології комунікації.

55 Комунікативна діагностика девиантної поведінки.

56 Категорія "толерантності" і налагодження міжкультурного спілкування.

57 Побутові, етнічні й конфесіональні стереотипи та проблема міжкультурного спілкування.

58 Місце інформаційних процесів у сучасному суспільстві.

59 Мови програмування. Мова міміки і жестів.

60 Психологічні наслідки комп'ютерного спілкування.

**2.Поточний контроль проводиться за результатами роботи студентів на семінарських заняттях, методом оцінювання контрольних робіт, оцінювання тестів, самостійних робот, індивідуальних завдань, командних проектів, презентацій.**

**Контроль на семінарських заняттях –** оцінювання виступів студентів, відповідей на питання поставлені викладачем, оцінці виконання тестових завдань, оцінок під час самостійних робот, оцінювання внеску окремих студентів у групову роботу при підготовки командного проекту, активність в діловій грі.

**Контрольна робота** – вид поточного контролю знань студентів, який має на меті виявити рівень знань студентів, що отримані за пройденим матеріалом. Дата проведення контрольної роботи доводиться до студентів і призначається по завершенню вивчення змістовного модулю. Питання та тестові завдання готує викладач, що веде практичні заняття, вони узгоджуються з лекційними питаннями і тематикою семінарських занять. Контрольна робота виконується у письмовій формі в присутності викладача, оцінюється за прийнятою шкалою і оцінка може використовувати викладачем для підрахунку кумулятивного балу за підсумками вивчення дисципліни.

**Індивідуальні завдання** – оцінюються викладачем або за результатами доповіді на практичному занятті або окремо за наданим текстом.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | Виконання проекту передбачає командну(2-3 студента) або індивідуальну дослідницьку роботу за вибраною темою, підготовку письмового звіту та проведення презентації за допомогою мультимедійного обладнання в присутності викладачів кафедри. Командний проект – це пізнавально-аналітична робота. |

 |

*Ціль проекту* полягає в перевірці успішності засвоєння студентами категоріального апарату соціології сім’ї та уміння використовувати соціологічну уяву для аналізу явищ і процесів, що відбуваються у суспільстві.

Розподіл балів, які отримують студенти

Таблиця 1. – Розподіл балів для оцінювання успішності студента для іспиту

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Контрольні роботи за темами | Контрольні роботи (за модулями) | Індивідуальні завдання (проекти) | Іспит | Сума |
| 24 (3\*8) | 24 (12\*2) | 40 | 12 | 100 |

Таблиця 2. – Шкала оцінювання знань та умінь: національна та ЕСТS

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Рейтингова****Оцінка, бали** | **Оцінка ЕСТS та її визначення** | **Національна оцінка** | **Критерії оцінювання** |
| **позитивні** | **негативні** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| 90-100 | А | Відмінно  | - **Глибоке знання** навчального матеріалу модуля, що містяться в **основних і додаткових літературних джерелах;**- **вміння аналізувати** явища, які вивчаються, в їхньому взаємозв’язку і розвитку;- **вміння** проводити **теоретичні розрахунки**;- **відповіді** на запитання **чіткі**, **лаконічні, логічно послідовні;****- вміння вирішувати складні практичні задачі.** | Відповіді на запитання можуть містити **незначні неточності**  |
| 82-89 | В | Добре | - **Глибокий рівень знань** в обсязі **обов’язкового матеріалу**, що передбачений модулем;- вміння давати **аргументовані відповіді** на запитання і проводити **теоретичні розрахунки**;- вміння вирішувати **складні практичні задачі.** | Відповіді на запитання містять **певні неточності;** |
| 75-81 | С | Добре | - **Міцні знання** матеріалу, що вивчається, та його **практичного застосування;****-** вміння давати **аргументовані відповіді** на запитання і проводити **теоретичні розрахунки**;- вміння вирішувати **практичні задачі.** | **-** невміння використовувати теоретичні знання для вирішення **складних практичних задач.** |
| 64-74 | Д | Задовільно | - Знання **основних фундаментальних положень** матеріалу, що вивчається, та їх **практичного застосування**;- вміння вирішувати прості **практичні задачі**. | Невміння давати **аргументовані відповіді** на запитання;- невміння **аналізувати** викладений матеріал і **виконувати розрахунки;**- невміння вирішувати **складні практичні задачі.** |
| 60-63  |  Е | Задовільно | - Знання **основних фундаментальних положень** матеріалу модуля,- вміння вирішувати найпростіші **практичні задачі**. | Незнання **окремих (непринципових) питань** з матеріалу модуля;- невміння **послідовно і аргументовано** висловлювати думку;- невміння застосовувати теоретичні положення при розвязанні **практичних задач** |
| 35-59 | FХ (потрібне додаткове вивчення) | Незадовільно | **Додаткове вивчення** матеріалу модуля може бути виконане **в терміни, що передбачені навчальним планом**. | Незнання **основних фундаментальних положень** навчального матеріалу модуля;- **істотні помилки** у відповідях на запитання;- невміння розв’язувати **прості практичні задачі.** |
| 1-34 |  F  (потрібне повторне вивчення) | Незадовільно |  - | - Повна **відсутність знань** значної частини навчального матеріалу модуля;- **істотні помилки** у відповідях на запитання;-незнання основних фундаментальних положень;- невміння орієнтуватися під час розв’язання **простих практичних задач** |

 **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

***Базова література***

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Актуальні проблеми формування та розвитку європейського інформаційного простору : кол. моногр. / за заг. ред. Є.Б. Тихомирової. Луцьк : ВМА «Терен», 2012. 354 с.  |
| 2 | Абрамович С. Мовленнєва комунікація : підручник / С. Абрамович, М. Чікарькова. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 472 с. |
| 3 | Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. – 2-ге вид., доп. К. : ВЦ «Академія», 2009. 346 с. |
| 4 | Кизилова В.В. Теорія і практика мовленнєвої комунікації [Текст] : навч. посіб. Для студ. вищ. навч. закл. Луганськ : ДЗ "ЛНУ ім. Тараса Шевченка, 2011. 183 с.  |
| 5 | Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. 2-е вид.,доп. К. : Видавничий центр "Київський ун-т", 1999. 307.  |
| 6 | Потелло Н. Я., Скиртач Г. Є. Українське ділове мовлення і спілкування : навч. посіб.К. : МАУП, 2003. 440 с.  |
| 7 | Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку / Навч. Посіб. - 2-ге вид., перероб. і доп. / О. М. Холод. - К. : Видавництво “Білий Тигр”, 2018. - 370 с. |

**Допоміжна література**

|  |  |
| --- | --- |
| 8 | Доценко Е. Л. Психологія маніпуляції / Е. Л. Доценко, М. 1997 |
| 9 | Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз. Теорія й практика. 8Изд., / С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум, СПБ- Київ, 2000 |
| 10 | Кащавцева С. Політична комунікація: проблеми, очікування, можливості. / С. Кащавцева. // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2002. - №1.  |
| 11 | Кормич Б.А. Інформаційна безпека: організаційно-правові основи. / Б. Кормич – К.: Кондор, 2004. – 384 с  |
| 12 | Чекмишов О. Інформаційний тоталітаризм або як «четверта влада» впливає на людську свідомість / О. Чекмишов // Людина і влада. - 2000. - №5-6. - С.94-97.  |

**ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ**

1. [www.useps.org](http://www.useps.org/)– офіційний сайт українського центру економічних та політичних досліджень ім. Разумкова (представлені результати досліджень, діаграми, кількісні показники, наводяться дані порівняльних досліджень).

2. [www.socis.kiev.ua](http://www.socis.kiev.ua/)– сайт центру соціальних та маркетингових досліджень (Київ), викладено багатий емпіричний матеріал (результати соціологічних досліджень, публікації центру, статистичні дані).

3. [www.sociology.kharkov.ua](http://www.sociology.kharkov.ua/)– Sociology Hall, сайт соціологічного факультету ХНУ ім. В. Н. Каразіна.

4. <http://www.socium.info/library.html>– бібліотека соціологічної літератури

5. www.uceps.com.ua/ukr/all/sociology (Архів соціологічних даних Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, м.Київ).

6. www.ukrstat.gov.ua (Статистичні матеріали Держкомстату України)

7. www.sociology.kharkov.ua (Домашня сторінка харківських соціологів)

8. www.i-soc.com.ua (Домашня сторінка Інституту соціології НАН України)

**Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни**

Таблиця 4. – Перелік дисциплін

|  |  |
| --- | --- |
| Вивчення цієї дисципліни безпосередньо спирається на: | На результати вивчення цієї дисципліни безпосередньо спираються: |
| Загальна соціологічна теорія | Соціологія реклами |
| Історія соціології | Соціологія маркетингу |
| Соціологія організацій | Кадрова робота в організації |
|  |  |

**Провідний лектор:** доц.Агаларова К.А.  **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

(посада, звання, ПІБ) (підпис)