

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»

Кафедра міжнародних відносин та журналістики

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної роботи

Н.М. Літвін



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ ТА ІНФОРМАЦІЯ

Рівень вищої освіти Перший (бакалаврський) рівень

спеціальність 061 Журналістика

освітня програма Журналістика

навчальний підрозділ кафедра міжнародних відносин та журналістики

Мова навчання українська

РОЗРОБНИК

О.О. Маруховський – доцент кафедри міжнародних відносин та журналістики, кандидат політичних наук, доцент

РОЗГЛЯНУТО ТА СХВАЛЕНО КАФЕДРОЮ

Протокол №1

від «27» серпня 2020 р.

Завідувач кафедри

Д.І. Ткач

© Університет «КРОК», 2020 рік
© Маруховський О.О., 2020 рік

Київ – 2020 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Призначення дисципліни	Обсяг дисципліни	Характеристика дисципліни	
Ступінь вищої освіти: бакалавр	Кредити ECTS / Години 4/120 під час теор. навч. (у сер. на тиждень) – 2 год., у період сесії	Обов'язкова	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Галузь знань 06 Журналістика (шрифт і назва)	Кількість розділів – 2	Курс / Семестр	
		3/6	3/6
Спеціальність	Кількість тем – 10	Лекції, години	
061 Журналістика (шифр і назва)		28 год.	12 год.
Освітня програма: 061 Журналістика (шифр і назва)	Форма підсумкового контролю – екзамен	семінарські, індивідуальні заняття, консультації, год.	
		семінарські 14 год.; 4 год. індив.	семін. – 10 год. 4 год. індив.
		Самостійна робота, години, питома вага	
		44 год.	64 год.

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Масова комунікація та інформація» є формування у студентів системи теоретичних знань, вмінь та практичних навичок аналізу ключових положень теорії масової комунікації та інформації, історії досліджень масової комунікації та інформації, а також розуміння сутності масової комунікації як явища, її природи та структури.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати:**

- історію зародження та розвитку масової комунікації та інформації;
- сутність і характер основних видів, головних ознак та форм масової комунікації як явища;
- основні **форми і формати, види та фактори масової комунікації.**

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **вміти:**

- характеризувати основні теорії та напрями досліджень масової комунікації, застосовуючи загальнонаукові та спеціальні методи як універсальний інструментарій наукових досліджень;
- аналізувати основний зміст та порівнювати характерні ознаки основних моделей масової комунікації;
- пояснювати основні **функції масової комунікації та інформації**;
- визначати механізм та основні **причини масифікації особистості**;
- класифікувати за різними критеріями класифікації та типологізації **основні види масової комунікації: масмедійна комунікація; рекламна комунікація; PR-комунікації; пропагандистська комунікація; агітаційна комунікація; соціальна комунікація; культурна комунікація; політична комунікація; міжнародна комунікація та ін.**
- систематизувати **концептуальні засади, засоби, методи , техніки та технології масовокомунікаційного впливу.**

Після вивчення дисципліни у студентів мають бути сформовані **компетентності:**

- знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;
- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;
- здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

2. Програма навчальної дисципліни

Вступ.

РОЗДІЛ І.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЇ

Тема 1. «Масова комунікація та інформація» як навчальна дисципліна:

предмет, мета, завдання та структура курсу

Необхідність і актуальність вивчення курсу «Масова комунікація та інформація» як навчальної дисципліни у вищих навчальних закладах України для студентів спеціальності «Журналістика». Основна мета й завдання курсу. Предмет, об'єкт і основні категорії та поняття науки про масову комунікацію та інформацію. **Основні знання, вміння та компетентності, які мають бути сформовані у студентів після вивчення курсу.**

Структура курсу «Масова комунікація та інформація» як навчальної дисципліни. Основні функції курсу: теоретико-пізнавальна, методологічна, світоглядна, прикладна, прогностична, інноваційна та ін. Зростання ролі науки про масову комунікацію та інформацію в епоху зародження та розвитку інформаційного суспільства.

Місце і роль теорії масової комунікації та інформації в системі суспільно-гуманітарних наук. Співвідношення та взаємозв'язок курсу з іншими науками. Значимість вивчення науки про масову комунікацію та інформацію для формування громадянських та професійних якостей і політичної культури особистості майбутнього журналіста.

Тема 2. Характеристика масової комунікації як явища:

природа, характер та структура

Визначення поняття масової комунікації як виду соціальної взаємодії. Виконання масовою комунікацією суспільної функції соціального регулювання.

Природа масової комунікації. Характер масової комунікації. Загальна схема процесу масової комунікації. Класична система масової комунікації. Два принципові варіанти класичної системи масового спілкування: авторитарна система масового спілкування (маса є пасивною) і демократична система масового спілкування (маса активна).

Структура масової комунікації. Організаційно складна структура мовлення включає обов'язково: (1) визначення теми, (2) збір матеріалу до

теми, (3) розробку теми, (4) створення інформаційного продукту на визначену тему, (5) артикуляцію продукту та його поширення.

Тема 3. Поняття, основні види, ознаки та фази існування маси

Визначення понять: «маса», «масове суспільство», «масова свідомість» та ін. Пасивні й активні маси — це не види мас, а стани маси в процесі впливу на неї.

Основні види мас: 1) великі і малі, 2) стійкі (постійно функціонують) і нестійкі (імпульсні), 3) згруповані і незгруповані, упорядковані і неупорядковані в просторі, 4) контактні і неконтактні (дисперсні, розсіяні), 5) спонтанні (стихійно виниклі) і спеціально організовані, 6) соціально однорідні і неоднорідні.

Поділ мас у радянські часи: 1) прогресивні, революційні і консервативні, реакційні, або антиреволюційні, а також нейтральні, що не визначилися, 2) активні, діючі і пасивні, бездіяльні, “сонні”, що вичікують, 3) згуртовані, дисципліновані, самостійні і розпорошені, неорганізовані, анархічні, 4) рішучі, екстремістські і нерішучі, боязливі.

Три основні різновиди мас: 1) натовп; 2) зібрана публіка (від глядачів у театрі до учасників мітингів, що мають спільні установки, орієнтації під впливом одного й того самого предмета сприймання в один і той самий момент, готові до дії); 3) незібрана публіка (електоральні маси, аудиторія ЗМІ, прихильники кумирів культури та ін.

Основні ознаки маси: 1) аморфність; 2) стохастичність, розмитість меж, невизначеність щодо складу та якісних характеристик; 3) ситуативність, тимчасовість; 4) гетерогенність, неоднорідність; 5) нестабільність через внутрішню рухливість і динамічність під впливом зовнішніх чинників; 6) бездіяльність; 7) приреченість, конкретна маса недовговічна й часто розпадається, якщо нею не керують чи змінюються умови існування.

Три фази існування маси: 1) фаза зародження, пов’язана з виникненням масового настрою серед людей; 2) фаза гуртування масових

індивідів, заражених масовим настроєм, і формування суспільної думки, масової свідомості; 3) активна фаза, фаза масової поведінки, що регулюється масовою свідомістю.

Механізм масифікації. Причини масифікації особистості. Роль ЗМК в масифікації людини. Натовп і публіка. Масова аудиторія. Масові настрої. Суспільна думка. Масова свідомість. Масова поведінка.

Тема 4. Основні форми і формати масової комунікації

Поняття форми масової комунікації як організації, яка передбачає використання закріплених у досвіді комунікаторів засобів, методів, принципів, правил спілкування. Основні форми масової комунікації: 1) інституційні форми масової комунікації; 2) суб'єктно-об'єктні форми масової комунікації; 3) організоване зараження як форма масової комунікації; 4) організована сугестія (навіювання) як форма масової комунікації; 5) організована маніпуляція (прихований вплив) як форма масової комунікації; 6) розповідь як форма масової комунікації; 7) демонстрація та розвага як форми масової комунікації; 8) роздуми як форма масової комунікації.

Поняття формату масової комунікації як такого типу процесів створення масовокомунікаційних продуктів (програм, творів, видовищ, акцій тощо), які виконано в межах певної форми (або форм) спілкування, що забезпечує досягнення очікуваного результату — потрібної реакції комуніката. Основні формати масової комунікації: формат ток-шоу; формат прямого ефіру; формат новин; формат публіцистичної програми; формат рекламної акції; інформаційно-комунікаційні кампанії; виборчі кампанії; кампанії в ЗМІ; інформаційні війни; інформаційні атаки та ін.

Тема 5. Характеристика основних видів та факторів масової комунікації

Основні види масової комунікації: масмедійна комунікація; рекламна комунікація; PR-комунікації; пропагандистська комунікація; агітаційна

комунікація; соціальна комунікація; культурна комунікація; політична комунікація; міжнародна комунікація та ін.

Основні фактори (чинники) масової комунікації: а) людські (особистісні) фактори: соціально-психологічні фактори комуніканта, фактори діяльності комуніканта (активні чинники), соціально-психологічні фактори комуніката, фактори поведінки комуніката (пасивні чинники); б) інструментально-технологічні фактори: фактор валідності засобу спілкування, фактор валідності технології спілкування, фактор надійності каналу спілкування; в) ситуаційні фактори: фактор часу, фактор простору, фактор третьої особи.

Тема 6. Основні функції масової комунікації та інформації

Основні функції масової комунікації: 1) стратегічна функція масової комунікації як форми соціального регулювання, формування масової психології та формування маси як суб'єкта соціальної дії; 2) тактичний характер: інформаційна функція (пов'язана з виробництвом і поширенням інформаційної продукції); 3) функція соціалізації (виховна) (пов'язана з формуванням або зміною установок, цінностей); 4) функція організації поведінки аудиторії; 5) функція створення емоційно-психологічного тону аудиторії; 6) інтеграційна функція масової комунікації.

Інформація як основний елемент комунікаційних систем. Визначення та властивості інформації. Основні функції інформації. Методика збору й аналізу інформації. Способи отримання інформації. Інформаційно-аналітична служба. Інтерв'ю. Спостереження. Вивчення документів. Робота з архівами. Збір і первинна обробка інформації. Фільтрація первинної інформації. Принцип «вчасно зупинитись». Соціологічні способи отримання інформації. Аналіз параметрів досліджень. Контент-аналіз, анкетування. Експеримент. Статистика. Довідники. Використання експертів у зборі інформації. Пропагандистський аналіз. Ситуативний аналіз. Прогнозування. Аналіз текстів лідерів. Аналіз чуток.

РОЗДІЛ II.

ІСТОРИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЇ

Тема 7. Зародження та розвиток масової комунікації та інформації

Зародження та розвиток масової комунікації. Дописемний етап доіндустріального періоду. Писемний етап доіндустріального періоду. Друкарський етап індустріального періоду. Аудіовізуальний етап індустріального періоду. Новітній період розвитку масової комунікації. Виникнення віртуальної масової комунікації.

Перша (усно-мовна) інформаційна технологія (революція): виникнення осмисленої мови та мови загальноприйнятого засобу комунікації між людьми в суспільстві. Інформація передається за допомогою усної мови. Люди як носії інформації. Друга (письмова) інформаційна технологія (революція): виникнення писемності та граматичних правил. Інформація передається за допомогою знакових носіїв (символи, штампи, знаки, рукописи). Третя (книгодрукувальна) інформаційна технологія (революція): виникнення книгодрукування. Інформація передається за допомогою книжкових носіїв. Четверта (радіотелеграфна) інформаційна технологія (революція): виникнення різних електромагнітних технологій. Інформація передається за допомогою різного роду електромагнітних та радіо сигналів (телеграф, телефон, радіо, телебачення). Революційний переворот у швидкості та обсягах передачі, обробки та виробництва інформації в суспільстві. П'ята (комп'ютерна) інформаційна технологія (революція): винайдення комп'ютера. Інформація передається, обробляється та відтворюється за допомогою комп'ютерів. Революційний переворот у способах обробки та роботи з великими обсягами інформації в суспільстві. Шоста (комп'ютерно-мережева) інформаційна технологія (революція): виникнення і поширення комп'ютерних, телекомунікаційних та космічних мереж зв'язку та передачі інформації.

Передумови появи мови, основні теорії походження мови як засобу комунікації та інформації. Вузликове письмо як засіб збереження та передачі

інформації. Піктографічне письмо як засіб збереження та передачі інформації. Мовна карта сучасного світу. Спроби створення штучних міжнародних мов в історії людства. Невербальні мови. Штучні мови в обчислювальній техніці. Історія появи писемності, перші системи (форми) писемності. Фінікійське письмо як основа основних сучасних алфавітних систем. Сучасні системи ієрогліфічного письма. Винахід Йоганна Гутенберга. Поява та поширення книгодрукування в Україні. Неелектронні носії інформації (камінь, глина, папірус, пергамент, папір та ін.). Виникнення технологій запису, збереження та відтворення звукової та відеоінформації. Магнітні та оптичні носії інформації. Перспективи розвитку носіїв інформації. Покоління комп'ютерної техніки. Поява та розвиток персональних комп'ютерів як засобів передачі інформації.

Тема 8. Історія наукових досліджень про масову комунікацію

Становлення науки про масову комунікацію. Перший етап у розвитку науки про масову комунікацію. Другий етап у розвитку науки про масову комунікацію. Третій етап у розвитку науки про масову комунікацію. Четвертий етап у розвитку науки про масову комунікацію. Вплив наукових шкіл та вчень на розвиток науки про масову комунікацію. Чиказька школа. Віденський гурток. Франкфуртська школа. Бірмінгемська школа (Британські культурні студії). Психологізм. Біхевіоризм. Функціоналізм. Новітній, вітчизняний етап у розвитку науки про масову комунікацію. Становлення вітчизняної наукової школи масової комунікації. Розвиток науки про масову комунікацію в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Тема 8. Основні теорії та напрями досліджень масової комунікації

Основні теорії масової комунікації: теорія масового суспільства і сильних медіа; теорія двоступеневого впливу; теорія дифузії інновацій; теорія Г. Лассвелла; теорія чотирьох функцій; нормативні теорії преси (авторитарна, лібертаріанська, соціальної відповідальності та радянських

медіа); теорія медіарозвитку і теорія демократичної участі (партиципаторна теорія); лібертаріанська теорія (теорія вільної преси). Зіставний аналіз теорій масової комунікації. Макквейлова теорія масової комунікації: чотири види теорій масової комунікації: соціологічні (пояснюють природу масового спілкування), нормативні (вивчають можливі впливи медіа, як вони можуть діяти на суспільство залежно від виду політичної системи та державного управління), прикладні (знання практиків, пропонуються настанови медіапрактикам), теорії здорового глузду (системи знань людей про медіа, їхній досвід спілкування зі ЗМІ).

Теорії на основі психодинамічної моделі К. Говленда: теорія когнітивного дисонансу; теорія обмежених ефектів; теорія селективного впливу. Теорія модернізації Лернера. Теорія розширення відчуття Маклюєна. Теорія культиватії. Теорія медійної гегемонії. Теорія медійної залежності. Теорія “спіраль мовчання”. Теорія фреймінгу. Теорія змови, або теорія “пропагандистська модель”. Теорія ефекту третьої особи. Теорія самореференції Лумана. Теорія праймінгу.

Напрями досліджень масової комунікації. Дослідження медіавпливу. Переглянута версія історії медіавпливу. Інші напрями досліджень. Методи досліджень масової комунікації.

Тема 9. Основні моделі масової комунікації

Моделі масової комунікації. Модель комунікації як трансмісії. Модель всесильної пропаганди, або модель Чакотіна. Модель контактування, або модель Якобсона. Модель Левіна, або топологічна модель (модель комунікації як припливу інформації). Модель двоступеневого припливу інформації та думки, або модель Каца-Лазарсфельда. Соціологічна модель, або модель Рилеїв. Модель селекції, або модель Вестлея-Макліна. Модель мозаїчної культури, або модель Молеса. Суспільно-культурна модель, або модель Тудора.

Модель експресивна, або ритуальна. Модель різголосу: комунікація як демонстрація й привернення уваги. Модель рецепції (сприймання): кодування й декодування висловлювання. Модель кубиків. Модель хвилі, або модель HUB. Синтетична модель, або модель Гобана-Класа.

Тема 10. Поняття про масовокомунікаційний вплив

Масовий вплив як комунікаційний процес. Основи масовокомунікаційного впливу. Визначення масовокомунікаційного впливу. Концептуальні засади масовокомунікаційного впливу. Професійні засади масовокомунікаційного впливу. Основи технології масовокомунікаційного впливу. Поняття про технологію масовокомунікаційного впливу. Концептуальні засади масовокомунікаційних технологій. Види масовокомунікаційних технологій. Технології проектування та змін соціального простору. Інформаційні технології. Інформаційні інтерактивні технології, або інтерактивні технології спілкування. PR-технології. Рекламні технології. Пропагандистські технології. Технології нових медіа як протипага масовокомунікаційним технологіям. Засоби, методи, техніки масовокомунікаційного впливу.

3. Структура навчальної дисципліни

«Масова комунікація та інформація»

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	Сума	у тому числі					Сума	у тому числі				
		лек	сем.	лаб	конс	срс		лек	сем.	лаб	інд	срс
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Вступ												
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЇ												
Тема 1. «Масова комунікація та інформація» як навчальна дисципліна:	7	2	1			4	8	1	1			6

предмет, мета, завдання і структура курсу												
Тема 2. Характеристика масової комунікації як явища: природа, характер та структура	7	2	1			4	8	1	1			6
Тема 3. Поняття, основні види, ознаки та фази існування маси	7	2	1			4	8	1	1			6
Тема 4. Основні форми і формати масової комунікації	7	2	1			4	8	1	1			6
Тема 5. Характеристика основних видів та факторів масової комунікації	7	2	1			4	8	1	1			6
Тема 6. Основні функції масової комунікації та інформації	8	2	1		1	4	9	1	1		1	6
РОЗДІЛ II.												
ІСТОРИЧНІ ТА МЕТОДОЛІГІЧНІ ЗАСАДИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЇ												
Тема 7. Зародження та розвиток масової комунікації та інформації	12	4	2		1	5	10	1	1		1	7
Тема 8. Основні теорії та напрями досліджень масової комунікації	12	4	2		1	5	11	2	1		1	7
Тема 9. Основні моделі масової комунікації	12	4	2		1	5	11	2	1		1	7
Тема 10. Поняття про	11	4	2			5	9	1	1			7

масовокомунікаційний вплив												
Екзамен (якщо є)	30	-	-				30	-	-			
		-	-	-	-	-		-	-	-	-	-
Разом годин:	120	28	14		4	44	120	12	10		4	64

5. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Тема 1. «Масова комунікація та інформація» як навчальна дисципліна: предмет, мета, завдання і структура курсу	1	1
2	Тема 2. Характеристика масової комунікації як явища: природа, характер та структура	1	1
3	Тема 3. Поняття, основні види, ознаки та фази існування маси	1	1
4	Тема 4. Основні форми і формати масової комунікації	1	1
5	Тема 5. Характеристика основних видів та факторів масової комунікації	1	1
6	Тема 6. Основні функції масової комунікації та інформації	1	1
7	Тема 7. Зародження та розвиток масової комунікації та інформації	2	1
8	Тема 8. Основні теорії та напрями досліджень масової комунікації	2	1
10	Тема 9. Основні моделі масової комунікації	2	1
12	Тема 10. Поняття про масовокомунікаційний вплив	2	1
	Разом	14	10

6. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Тема 1. «Масова комунікація та інформація» як навчальна дисципліна: предмет, мета, завдання і структура курсу	4	6
2	Тема 2. Характеристика масової комунікації як явища:	4	6

	природа, характер та структура		
3	Тема 3. Поняття, основні види, ознаки та фази існування маси	4	6
4	Тема 4. Основні форми і формати масової комунікації	4	6
5	Тема 5. Характеристика основних видів та факторів масової комунікації	4	6
6	Тема 6. Основні функції масової комунікації та інформації	4	6
7	Тема 7. Зародження та розвиток масової комунікації та інформації	5	7
8	Тема 8. Основні теорії та напрями досліджень масової комунікації	5	7
9	Тема 9. Основні моделі масової комунікації	5	7
10	Тема 10. Поняття про масовокомунікаційний вплив	5	7
	Разом	44	64

7. Методи навчання

Навчальний процес у вищих навчальних закладах здійснюється у формах: навчальні заняття, виконання індивідуальних завдань, самостійна робота студентів, контрольні заходи.

Навчальні заняття відбуваються у формі лекцій, опитування, обговорення та коротких доповідей студентів, що є актуальними та відповідають темі, що розглядається; у формі семінарських занять та вирішення проблемних завдань.

Лекції з навчальної дисципліни «Масова комунікація та інформація» проводяться із використанням слайдів за допомогою мультимедійного проектора. Під час проведення лекційних занять використовуються такі методи викладання, як читання лекцій, демонстрація презентацій та інших наочних матеріалів, обговорення зі студентами ключових проблемних питань лекцій.

Семінарські заняття передбачають проведення студентами дискусії щодо питань з попередньо визначених робочою програмою тем, підготовку рефератів та доповідей. Передбачено підготовку студентами доповідей-презентацій на основі рекомендованих джерел, а також у результаті самостійного пошуку. Під час проведення семінарів використовуються такі методи та технології викладання, як бліц-опитування студентів за питаннями семінару, виступи студентів з доповідями-презентаціями та рефератами за темою семінару, виступи студентів з доповідями за результатами виконання індивідуальних, обов'язкових, додаткових та проблемних питань і завдань.

Основними формами й методами самостійної роботи студентів з дисципліни є повторення питань тем лекційних занять за конспектом лекцій, опрацювання основної літератури, виконання індивідуальних та додаткових завдань.

8. Методи контролю

Поточний та підсумковий контроль

Для визначення успішності навчання використовуються контрольні заходи. Контрольні заходи включають поточний та підсумковий контроль.

Поточний контроль здійснюється під час проведення семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретного завдання.

Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання після закінчення вивчення дисципліни (семестровий контроль) або відокремлених за робочим навчальним планом модулів.

Під час вивчення даної дисципліни використовуються такі форми поточного контролю:

- індивідуальне усне опитування;
- усне бліц-опитування з питань семінарського заняття;
- словникова робота;
- виконання індивідуальних творчих завдань (презентацій, доповідей, есе, рефератів);
- аналіз першоджерел, тобто праць відомих вчених-політологів.

Під час вивчення даної навчальної дисципліни використовуються такі форми модульного (проміжного) контролю:

- письмова контрольна робота.

Під час вивчення даної навчальної дисципліни використовується така форма семестрового контролю як **екзамен**.

9. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється за шкалою Університету (0-100, з урахуванням необов'язкових завдань – 120 балів), національною шкалою на підставі нормативних документів Університету.

9.1 Схеми нарахування балів з дисципліни

№ п/п	Види та зміст обов'язкових завдань	Максимальна оцінка	Інші можливі оцінки
1.	– Виступ або	20	15 (при частковому переказі)

	виступ-презентація з питання плану семінарського заняття або реферативна доповідь	(при вільному творчому переказі, використанні першоджерел, вичерпних відповідей на 1-2 додаткових запитання викладача)	матеріалу, вичерпних відповідей на 1-2 додаткових запитання викладача); 10 (при відсутності переказу, неповних відповідей на 1-2 додаткових запитання викладача); 5 (при відсутності переказу, негативних відповідей на 1-2 додаткових запитання викладача)
2.	– Виконання індивідуальних, проблемних та додаткових завдань самостійної роботи студента	20	5-10-15 (за кожне завдання в залежності від складності завдання та повного чи часткового його виконання)
3.	Участь у дискусіях або доповнення до доповіді	10	5 – часткова участь у дискусіях або коротке доповнення до доповіді
4.	Бліц-опитування (“питання-відповідь”)	5	1
5.	Письмовий екзамен	20 (10 балів за кожен письмову відповідь за кожне питання екзаменаційного білету)	5-10-15 (за кожне завдання в залежності від складності завдання та повного чи часткового його виконання)
	Разом:	100	
	Виконання додаткових (необов’язкових) завдань	20	5-10-15 (за кожне завдання в залежності від складності завдання та повного чи часткового його виконання)

Максимальний бал за виконання необов’язкових завдань – 20.

9.2. Умови нарахування балів

Бали	Характер доповіді	Повнота висвітлення	Відповіді на запитання
15-20	Вільний творчий переказ	Висока	Вичерпні
12-14	Частковий переказ	Висока або середня	Вичерпні
10-12	Частковий переказ або	Середня	Неповні

	читання		
6-9	Фрагментарний переказ або читання	Середня або низька	Фрагментарні
1-5	Окремі тези	Низька	Відсутні

9.3. Критерії підсумкового оцінювання

Проміжок за шкалою Університету	Оцінка за національною шкалою
90 та вище	Відмінно
80–89	Добре
70–79	
60–69	Задовільно
50–59	
25–49	Незадовільно
1–24	

10. Методичне забезпечення

1. Робоча програма навчальної дисципліни.
2. Конспект лекцій та завдання для підсумкового контролю знань.

11. Базова рекомендована література

1. Зернецька О.В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. К.: Освіта, 1999. 374 с.
2. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник / За наук. редакцією В.В. Різуна. К.: Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.
3. Житарюк М.Г. Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація): навч. посібник. Львів, 2015. 220 с.
4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. М.: ГУ-ВШЭ, 2000. 608 с.
5. Квіт С. Масові комунікації: Підручник. К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 206 с.
6. Козак І.А. Телекомунікації в бізнесі: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2004. 367 с.
7. Кузнецова О.Д. Засоби масової комунікації: Посібник. Львів: ПАІС, 2005. 200 с.

8. Лэйхифф Д.М., Пенроуз Дж. М. Бизнес-коммуникации: Стратегии и навыки. СПб.: Питер, 2001. 688 с.
9. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. / Пер. с англ. М.: Канон-пресс-Ц, 2003. 464 с.
10. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: Едиториал УРСС, 2003. 240 с.
11. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. / Под ред. М.А. Василика. М.: Гардарики, 2003. 615 с.
12. Садохин А.П. Межкультурная коммуникация: Учебное пособие. М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. 288 с.
13. Терещук В.І. Масові комунікації: навч. посібник. К.: Університет економіки та права "КРОК", 2017. 200 с.
14. Шарков Ф.И. Теория коммуникации (базовый курс): Учебник. М.: РИП-холдинг, 2004. 246 с.

Додаткова література:

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технологія, техніка паблік рілейшенз. К.: МАУП, 2005. 440 с.
2. Иванов В.Ф. Аспекты массовой коммуникации. В 3-х ч. Ч. 2: Массовая коммуникация: монография. К.: ЦВП, 2010. 109 с.
3. Иванов В.Ф. Аспекты массовой коммуникации. В 3-х ч. Ч. 3: Теории и модели массовой коммуникации: монография. К.: ЦВП, 2011. 330 с.
4. Кисилев А.Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста. СПб.: Питер, 2011. 400 с.
5. Климанська Л.Д. Соціально-комунікаційні технології в політиці: таємниці політичної «кухні»: монографія. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2011. 332 с.
6. Коновець О.Ф. Масова комунікація: теорії, моделі, технології: навч. посібник. К.: ЛГУ, 2010. 266 с.
7. Кузнєцова О.Д. Засоби масової комунікації: Посібник. Львів, 2005. 200 с.
8. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
9. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: Едиториал УРСС, 2003. 240 с.
10. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований: хрестоматия / состав. М. М. Назаров]. М.: Едиториал УРСС, 2003. 240 с.

11. Науменко Т.В. Массовая коммуникация: теоретико-методологический анализ. М.: «Перспектива», 2003. 252 с.
12. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. / Под ред. М.А. Василика. М.: Гардарики, 2003. 615 с.
13. Партико З.В. Теорія масової інформації та комунікації. Львів: «Афіша», 2008. 292 с.
14. Плошин В.Ю. Теория и практика массовой информации: учебное пособие. СПб.: Знание, 2005. 168 с.
15. Политические коммуникации: учебное пособие для студ. вузов / Петрунин Ю.Ю. / Под ред. А.И. Соловьева. М.: Аспект Пресс, 2004. 332 с.
16. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. К.: Ваклер, 2002. 352 с.
17. Почепцов Г.Г. Медіа: теорія масових комунікацій: навч. видання. К.: Альтпрес, 2008. 403 с. (Серія «Комунікація& Стратегія»).
18. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації: навч. посібник. К.: ВЦ Київський університет, 1999. 308 с.
19. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підручник для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
20. Тулякова Н.О. Теорія інформації: навч. посібник. Суми, 2008. 212 с.
21. Федотова М.Г. Теория и практика массовой информации: учебное пособие в 2-х ч. Омск: Изд-во ОмГТУ, 2007. 316 с.
22. Холод О. М. Соціальні комунікації: навч. посібник. К.: КиМУ, 2011. 304 с.
23. Чічановський А.А., Старіш О.Г. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем: підручник. К.: Грамота, 2010. 568 с.
24. Шаян Л.П. PRo суспільні комунікації. К.: ТОВ «Група компаній «Динаміка», 2008. 180 с.
25. Lasswell H.D. The structure and function of communication in society. // The Communication of Ideas. N.Y.: 1948. P. 37–51.
26. McNair B. An introduction to political communication. N.Y.: Routledge, 2003, 250 p. (Third edition).
27. McQuail D. Mass communication theory: An Introduction. London: Sage Publications, 1992, 352 p. (Second Edition)
28. Voltmer K. Mass Media and Political Communication in New Democracies. N.Y.: Routledge, 2006. 252 p.

12. Інформаційні ресурси

29. Почепцов Г.Г. Політтехнології в загальній систематиці технологій впливу [Електронний ресурс] // Український центр політичного менеджменту.

2008. Спецвипуск: Політичні технології. С. 6–19. Режим доступу: <http://www.politik.org.ua/vid/bookscontent.php3?b=25&c=662>
- 30.Різун В. В. Теорія масової комунікації [Електронний ресурс] Електрона бібліотека Інституту журналістики. — Режим доступу до тексту: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=1>
- 31.A First Look at Communication Theory. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.afirstlook.com/book>
- 32.All About Theories for Communication./ [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.communicationtheory.org/list-of-theories/>
- 33.Association for Educational Communications and Technology. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.aect.org/>
- 34.ENCYCLOPEDIA OF COMMUNICATION THEORY [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://teddykw2.files.wordpress.com/2013/10/encyclopedia-of-communication-theory.pdf>
- 35.IAMCR International Association for Media and Communication Research.[Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://iamcr.org/>
36. International Communication Association. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.icahdq.org/>
- 37.Journalism and Mass Communication [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.peoi.org/Courses/Coursesen/mass/foreword.html>
- 38.Leydesdorff L. THE EVOLUTION OF COMMUNICATION SYSTEMS [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.leydesdorff.net/evolcomm/>
- 39.MODELS OF COMMUNICATION [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.iacact.com/?q=models>
- 40.Project Gutenberg Free ebooks [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.gutenberg.org/wiki/Main_Page
41. Swiss Association of Communication and Media Research (SACM)/ [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://sgkm.ch/en/about-us/geschichte>