

Назва дисципліни		Суспільні комунікації			
Рівень вищої освіти		перший (бакалаврський) рівень			
Назва спеціальності		Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії			
Назва спеціалізації		Соціально-економічний розвиток регіону та суспільні комунікації			
Форма навчання		денна / заочна			
Кафедра, що забезпечує		Документознавство та інформаційна діяльність			
Курс	2	Семестр	3	Викладач	Мельник С.П.
А		Мета та завдання дисципліни			
		<p><i>Мета дисципліни:</i> розкриття змісту основних теоретичних концепцій та термінів, які використовуються в інтегрованих маркетингових комунікаціях, сформулювати у студентів подання про основні дослідницькі підходи у вивченні даної проблемної галузі, що застосовано у світовій та вітчизняній науці, допомогти студентам опанувати необхідні знання практичного застосування й використання методики та основних методів соціологічного вивчення процесів прикладної комунікації, теорії та практики реклами та PR, соціальних комунікацій, засобів масової комунікації тощо.</p> <p><i>Завдання дисципліни:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – оволодіння теоретичними та методологічними основами маркетингу стосовно інформаційно-комунікативних інструментів в сучасних реаліях України; – вироблення навичок вирішення проблем в цій сфері; – втілення в навчальний процес базової системи теоретичних понять про процеси соціальної комунікації стосовно професійної діяльності майбутніх фахівців у галузі маркетингу, торгівлі, менеджменту, реклами, зв'язків із громадськістю та взагалі інформаційної діяльності України, її сегментів, аналіз комунікативно-стратегічних питань будь-якого комерційного підприємства або організації, розробка комплексу відповідних практичних навичок у цієї галузі у студентів. 			
В		Тематика дисципліни			
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Прикладний аспект суспільних комунікацій. 2. Комунікативно-інформаційний аспект реклами. 3. Комунікативно-інформаційний аспект PR. 4. Комунікативно-інформаційний аспект соціальної комунікації. 5. Комунікативно-інформаційний аспект засобів масової комунікації. 6. Етичний аспект діяльності PR, реклами та ЗМК. 			
С		Стиль та методика навчання			
Організаційно-методичні форми вивчення		Лекційні та практичні заняття			
Форми контролю		Поточний контроль, модульні контрольні роботи, індивідуальні завдання (реферативна робота), екзамен.			
Д		Компетентності			
Загальні		ЗК3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК11. Здатність працювати як автономно, так і у команді, здійснювати дослідження в групі під керівництвом лідера з урахуванням вимог та особливостей сьогодення.			
Спеціальні (фахові, предметні)		СК3. Здатність визначати функціональні області та їх взаємозв'язки, налагоджувати комунікації між суб'єктами міжнародних відносин різного рівня.			

	СК11. Здатність створювати та організовувати ефективні суспільні комунікації.
Е	Основні результати навчання
	<p>РН2. Демонструвати знання про природу та характер взаємодій окремих країн та регіонів на глобальному, регіональному та локальному рівнях; механізми міжнародних, суспільних та міжрегіональних комунікацій.</p> <p>РН7. Уміти налагодити ефективну комунікацію в міжнародних відносинах; між суспільством та органами державної влади і місцевого самоврядування.</p> <p>РН12. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та свідомо на основі етичних мотивів, поваги до різноманіття думок, індивідуальних та міжкультурних відмінностей людей, які формують регіональні та міжнародні студії.</p>