

**Чернова Катерина Олексіївна**  
доктор соціологічних наук, професор

## **СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ** **«Транспарентність соціальних та публічних комунікацій»**

**I. Основна мета дисципліни** Отримання студентами фундаментальних знань, навичок та вмінь для успішного виконання професійних обов'язків у сфері транспарентності соціальних та публічних комунікацій з акцентом на розвитку компетенцій, необхідних для аналізу соціальних явищ і процесів, використовуючи емпіричні дані та сучасні концепції і соціології. Вміти спілкуватись при обговоренні професійних питань, досліджень та інновацій у сфері соціології та суміжних наук у тому числі в контексті співпраці з європейськими та євроатлантичними інституціями.

**II. Місце навчальної дисципліни в програмі фахівців** Навчальна дисципліна «Транспарентність соціальних та публічних комунікацій» пов'язана з такими навчальними дисциплінами як «Транспарентність міжнародних комунікацій», «Теорія та історія соціальних комунікацій», «Соціальні та маркетингові комунікації», «Прикладні соціально-підготовки комунікаційні технології», «Теорія та історія публічних комунікацій».

**III. Програмні результати навчання**

PH03. Розробляти та реалізовувати наукові та/або прикладні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми соціології з врахуванням етичних, соціальних, економічних та правових аспектів.

PH04. Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема результати емпіричних досліджень та теоретичного аналізу соціальних систем і процесів, наявні соціологічні дані.

PH05. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з соціології та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики.

PH07. Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема статистичні методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи.

**IV. Короткий зміст дисципліни**

Модуль I. Транспарентність як системно-функціональний феномен

Тема 1. Транспарентність соціальних та публічних комунікацій як навчальна і наукова дисципліна.

Тема 2. Рівні, компоненти та функції транспарентності. Моделі комунікації.

Тема 3. Комунікативні процеси і технології.

Тема 4. Особливості соціальних і публічних комунікацій

Тема 5. Культура, соціальні та публічні комунікації.

Тема 6. Транспарентність та новітні інформаційні технології у соціальній та публічній комунікації.

Модуль II. Проблема транспарентності в контексті розвитку теорії та практики корпоративного управління

Тема 7. Світовий комунікаційний простір на сучасному етапі

Тема 8. Транспарентність як атрибут демократичного державного управління

**V. Назва кафедри та викладацький склад, який буде забезпечувати викладання дисципліни**

Кафедра соціології та публічних комунікацій факультету соціально-політичних наук Українського державного університету імені Михайла Драгоманова.

Чернова Катерина Олексіївна, доктор соціологічних наук, професор кафедри соціології та публічних комунікацій.

**VI. Обсяги навчального навантаження та терміни викладання дисципліни**

На вивчення дисципліни відводиться 90 годин (3 кредити ЄКТС) Дисципліна викладається у 4-му семестрі підготовки магістрів.

**VII. Основні інформаційні джерела для вивчення дисципліни**

1. Пашковська М. Поняття транспарентності в сучасній науці «Державне управління» / М. Пашковська // Ефективність державного управління. – 2013. – Вип. 34. – С. 135–143.
2. Афонін Е. Транспарентність влади в контексті європейської інтеграції України / Е.Афонін, О. Суший [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lib.rada.gov.ua/static/about/text/transparentnist>.
3. Іванов В.Ф., Мелещенко О.К. Сучасні комп'ютерні технології і засоби масової комунікації: аспекти застосування. – К.: ІЗМН, 1996. – 180 с.
4. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] // [Наукова сторінка професора Володимира Різун] / Інститут журналістики: [сайт]/ — Електронні дані. — Київ, 2011. — Режим доступу: сторінка професора Володимира Різун
5. Марина Шульга: Дискурсивні практики як умова ефективної соціальної комунікації <https://scholar.google.com.ua/>
6. Холод О. Сучасні теорії та тенденції розвитку соціальних комунікацій. Київ - Кривий Ріг: Київський національний університет культури і мистецтв. – 216 с.
7. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник [авт.-сост. В. А. Ильганаева]. — Харьков: КП «Городская типография», 2009.
8. Соціальна комунікація як об'єкт теоретизації / В. О. Ільганаєва // Філософія людського спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація. — 2009. — № 1. — С. 60 — 67.

9. Холод О. М. Соціальні комунікації як поняття в науковій галузі «Соціальні комунікації» / О. М. Холод // Інмутація суспільства в гіпермаркеті свідомості: у 3-х т. — Т. 3: Інмутація сучасного суспільства: монографія. — К. : КиМУ, 2012. — С. 213—222.
10. Примак Т. О. Маркетингові комунікації : навч. посібн. / Т. О. Примак. — К. : Єльга, Ника-Центр, 2003. — 280 с.
11. Смит П. Р. Маркетинговые коммуникации: комплексный подход / П. Р. Смит ; [пер. с англ. М. Ю. Зарицкая]. — К. : Знання-Прес, 2003. — 796 с.
12. Черній Л.В., Чугаєвський В.Г. Комунікаційна стратегія в контексті взаємодії з цільовою аудиторією // IV International Scientific and Practical Conference «European scientific discussions» Rome, Italy 26-28 February 2021. - С. 456-461.

**VIII. Система** Поточний контроль: оцінювання на семінарських заняттях, виконання оцінювання індивідуальних завдань, підготовка презентацій. Підсумковий контроль: залік.