

Київський університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа



«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

Олексій ЖИЛЬЦОВ

_____ 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ПСИХОЛОГІЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА:
КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПОБУДОВИ РЕПУТАЦІЇ

галузі знань:	06 Журналістика
спеціальності:	061 Журналістика
рівня вищої освіти	другого (магістерського)
освітньої програми:	061.00.01. Журналістика



Київ-2022 рік

Розробники: Олена РОСІНСЬКА, кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики і нових медіа

Викладач: Яна ФРУКТОВА, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики та нових медіа

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри журналістики та нових медіа

Протокол від 2 вересня 2022 р. № 2

Завідувач кафедри



Інга ПОГРЕБНЯК

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Журналістика»
1 вересня 2022 р.

Гарант освітньої програми

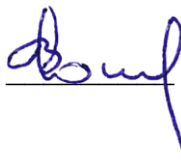


Микола ВАСЬКІВ

Робочу програму перевірено

2 вересня 2022 року

Заступник декана Факультету журналістики



Вікторія СОШИНСЬКА

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «___» 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «___» 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «___» 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «___» 20__ р., протокол № _____

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання
Психологія соціальних медіа: Комунікаційні стратегії побудови репутації	
	Денна
Вид дисципліни	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Курс	5
Семестр	9
Кількість змістових модулів з розподілом:	
Обсяг кредитів	4
Обсяг годин, в тому числі	60
Аудиторні	16
лекції	4
практичні	12
самостійна робота	28
форма семестрового контролю	Комплексний іспит

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни «Комунікаційні стратегії побудови репутації» – надання майбутнім магістрам ґрунтовних знань щодо особливостей формування, розвитку та впровадження або застосування комунікаційних стратегій побудови інформації як складної системи керування репутацією, що являє собою особисту та колективну репрезентацію результатів діяльності, яка описує здатність передавати цінні результати зацікавленим сторонам, просувати власний бренд через соціальні мережі, управління власною та корпоративною репутацією.

Завдання модуля «Комунікаційні стратегії побудови репутації» надати студентам **знання про:**

- концептуально-теоретичні основи власної та корпоративної репутації;
- особливості формування власної та корпоративної репутаційної стратегії;
- засоби побудови та оцінки репутації;
- онлайн-ресурси для аналізу, оцінки та формування репутації;
- психологічні особливості сприйняття репутаційних стратегій.

сформувати вміння і практичні навички з:

- використання сучасної методології оцінки та вимірювання корпоративної репутації та репутації бренду;
- проведення репутаційного аналізу;
- розробки репутаційної платформи;
- проведення систематичного моніторингу репутації.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Під час практичних занять, навчально-дослідницької та самостійної роботи студенти *набувають уміння та навички:*

- Виявляти професійно важливі технології, які мають соціально-психологічну та морально-етичну складову (сугестія, маніпуляції, інформаційні війни).

– Досліджувати систему зовнішніх та внутрішніх психологічних факторів, що визначають професійну комунікативну поведінку фахівців з соціальних медіа, вибір комунікативної технології.

– Визначати психологічні особливості проектування комунікаційного простору як професійного в соціальних медіа.

– Аналізувати та оцінювати професійну поведінку й діяльність фахівців з соціальних медіа як професійних комунікаторів, визначати ефективність застосування певної комунікаційної технології з урахуванням її психологічних наслідків.

– Здійснювати діагностику, самооцінку та регулювання власного психологічного стану під час проходження навчальної практики.

– Оцінювати індивідуальний ступень розвитку комунікаційних навичок та психологічних передумов їх формування.

– Виявляти та аналізувати типові помилки професійної поведінки фахівців з соціальних медіа, що пов'язані з вибором та використанням непродуктивних психологічних стратегій.

– Виявляти, аналізувати несприятливі психологічні фактори та негативні наслідки, помилкові, афектні дії у власній професійній комунікаційній діяльності.

– Аналізувати психологічні процеси, що протікають під час масових комунікацій

– Використовувати сучасну методологію оцінки та вимірювання репутації;

– Проводити репутаційний аудит;

– Розробляти репутаційну платформу;

– Проводити систематичний моніторинг репутації;

– Аналізувати репутаційні стратегії;

– Використовувати комунікаційні стратегії побудови репутації.

У результаті вивчення курсу студенти набувають такі компетенції:

Загальні:

ЗК4 – Здатність до управління. Уміти знаходити переконливі аргументи, вербальні і невербальні засоби впливу в дискусіях з колегами, партнерами, клієнтами для досягнення комунікаційної мети, створення сприятливого суспільного середовища, формування власного іміджу і визнання результатів своєї праці; вміти організовувати роботу у різних організаціях;

ЗК5 – Здатність до координації дій з іншими. Готовність будувати комунікацію, базуючись на принципах соціально-психологічної специфіки спілкування; виявляти високу адаптивність до змін професійного середовища, враховуючи права та обов'язки всіх у колективі в ході виконання професійної діяльності. Здатність працювати в команді.

ЗК6 – Навички емоційного інтелекту. Здатність людини сприймати, оцінювати і розуміти свої та чужі емоції, вміння керувати емоціями; володіння собою і вміння ефективно налагоджувати взаємодію з оточуючими, а також здатність керувати емоціями інших людей з метою вирішення практичних завдань.

ЗК9 – Здатність до комунікацій. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово, володіти іноземною мовою; уміти спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності); уміти оцінити співрозмовника (визначити типи психіки та моделі можливої поведінки) для досягнення комунікативної мети; уміти будувати міжкультурну комунікацію. Уміння ясно висловлюватися, бути переконливим.

фахові:

ФК1- Здатність розуміти особливості суспільних процесів; мати знання з правових та етичних засад журналістики; володіти процесами журналістської діяльності; здатність до прогнозування майбутнього журналістики; здатність до виокремлення проблеми в професійній діяльності; здатність до володіння науковими методами збору даних; вміння застосовувати методи аналізу та обробки даних; здатність до впровадження новітніх інформаційних технологій; вміння оцінювати ситуацію та приймати ефективні рішення;

ФК4 – Мати глибокі базові знання з різних галузей; спеціалізовані знання з окремої галузі; дотримуватись балансу думок; вміти працювати з джерелами; взаємодіяти з аудиторією;

ФК8 – Володіти соціальними навичками; бути відповідальним та надійним; вміти переконливо подати власну думку; вміти знаходити рішення; розуміти права та обов'язки в редакційному колективі; виконувати професійну функцію у колективі.

ПРН-1 – В умовах виробничої діяльності на основі знань уміти оцінити співрозмовника (визначити типи психіки та моделі можливої поведінки) для досягнення комунікативної мети.

ПРН-2 – В умовах професійної діяльності застосовувати сучасні інноваційні технології в комунікативній сфері.

ПРЕ-3 – Здатність:

– переконливо відстоювати власну професійну позицію, дослуховуватися і враховувати аргументи партнерів у спілкуванні, знаходити оптимальні рішення відповідно до професійних вимог, ділових ситуацій та інтересів учасників;

– уникати ситуацій, конфліктів, що можуть нашкодити професійній репутації та інтересам справи;

– раціонально діяти в конфліктних ситуаціях, шукаючи компромісів на основі професійних принципів і взаємної ділової вигоди;

– доносити аудиторії ЗМІ якісний перевірений медіа контент, вільний від маніпуляцій.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4.1. Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторні					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль 1. Комунікаційні стратегії побудови професійної репутації							
Тема 1. Стратегії формування репутації професіонала	8	2		2			4
Тема 2. Блогінг як комунікаційний інструмент формування репутації (особистий та корпоративний блог)	6			2			4
Тема 3. Сторінки у соцмережах як спосіб формування репутації	6			2			4
Тема 4. Професійна робота з резюме	8			2			6
Модульний контроль	2				2		
Разом	30	2		8	2		18
Змістовий модуль 2. Платформи для формування особистої та корпоративної репутації							
Тема 5. Корпоративні медіа як інструмент формування репутації	6			2			4
Тема 6. Платформи для професійної особистої та корпоративної самопрезентації	10	2		2			6
Модульний контроль	2				2		
Разом	18	2		4	2		10
Семестровий контроль	12						
Усього	60	4		12	4		28

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Комунікаційні стратегії побудови професійної репутації

Лекція 1. Стратегії формування репутації професіонала (2 год.)

Психологія іміджу. Психологія іміджу - соціально-психологічний феномен, а також психологічні закономірності його формування та функціонування. Завдання психології іміджу. Психологія формування іміджу та репутації.

Література основна: 1, 2, 3, 4, 5.

Література додаткова: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Інтернет-ресурси: 1, 2.

Практичне заняття 1. Стратегії формування репутації професіонала (2 год.)

Література основна: 1, 2, 3, 4, 5.

Література додаткова: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Інтернет-ресурси: 1, 2.

Практичне заняття 2. Блогінг як комунікаційний інструмент формування репутації (особистий та корпоративний блог). (2 год.)

Література основна: 1, 2, 3, 4, 5.

Література додаткова: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Інтернет-ресурси: 1, 2.

Практичне заняття 3. Сторінки у соцмережах як спосіб формування репутації (2 год.)

Література основна: 1, 2, 3, 4, 5.

Література додаткова: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Інтернет-ресурси: 1, 2.

Практичне заняття 4. Професійна робота з резюме. (2 год.)

Література основна: 1, 2, 3, 4, 5.

Література додаткова: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Інтернет-ресурси: 1, 2.

Змістовий модуль 2. Платформи для формування особистої та корпоративної репутації

Лекція 2. Корпоративні медіа як інструмент формування репутації (2 год.)

Література основна: 1, 2, 3, 4, 5.

Література додаткова: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Інтернет-ресурси: 1, 2.

Практичне заняття 5. Корпоративні медіа як інструмент формування репутації.
(2 год.)

Література основна: 1, 2, 3, 4, 5.

Література додаткова: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Інтернет-ресурси: 1, 2.

Практичне заняття 6. Платформи для професійної особистої та корпоративної самопрезентації (2 год.)

Література основна: 1, 2, 3, 4, 5.

Література додаткова: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Інтернет-ресурси: 1, 2.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	Максимальна кількість Балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість Балів
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1
Відвідування практичних занять	1	4	4	2	2
Робота на семінарському занятті	10	4	40	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	4	20	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом:			90		58
Максимальна кількість балів	148				
Розрахунок коефіцієнта	$148:60=2,5$				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Змістовий модуль 1.

Тема 1. Пройти тестування в ЕНК «Самостійна робота 1»

Тема 2. Пройти тестування в ЕНК «Самостійна робота 2»

Тема 3. Пройти тестування в ЕНК «Самостійна робота 3»

Тема 4. Пройти тестування в ЕНК «Самостійна робота 4»

Змістовий модуль 2.

Тема 5. Пройти тестування в ЕНК «Самостійна робота 5»

Тема 6. Пройти тестування в ЕНК «Самостійна робота 6»

Критерії оцінювання самостійної роботи

Виконання кожного тестового завдання самостійної роботи оцінюється у 5 балів.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Психологія соціальних медіа: Комунікаційні стратегії побудови репутації:» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип коопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок, розширення кількості підсумкових балів до 100. Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти, де зазначено види контролю й принципи їх оцінювання.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

» **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.

» **Методи письмового контролю:** модульне письмове тестування.

» **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.



➤ Шкала оцінювання

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59



Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи та інших видів контролю.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ своєчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ

Навчально-методична картка дисципліни

Разом: 60 год., з них: лекційні – 4 год., семінарські – 12 год., модульний контроль – 4 год., самостійна робота – 28 год.

Тиждень	I		II	
Модулі	Змістовий модуль I			
Назва модуля	Комунікаційні стратегії побудови професійної репутації			
Кількість балів за модуль	90 балів			
Лекції	1		2	
Дати				
Теми лекцій	Стратегії формування репутації професіонала – 1б.			
Теми практичних занять	Стратегії формування репутації професіонала – 10 + 1б.		Блогінг як комунікаційний інструмент формування репутації – 10 + 1б.	
	Сторінки у соцмережах як спосіб формування репутації – 10 + 1б.		Професійна робота з резюме – 10 + 1б.	
Самостійна робота	20 балів			
Види поточного контролю	<u>Модульна контрольна робота 1</u> (25 балів)			
Тиждень	III	IV	V	VI
Модулі	Змістовий модуль II			
Назва модуля	Комунікаційні стратегії формування корпоративної репутації			
Кількість балів за модуль	58 балів			
Лекції	3		4	
Дати				
Теми лекцій			Платформи для професійної особистої та корпоративної самопрезентації – 1б.	
Теми практичних занять	Стратегії формування репутації професіонала – 10 + 1б.		Платформи для професійної особистої та корпоративної самопрезентації – 10 + 1б.	
Самостійна робота	5 балів		5 балів	
Види поточного контролю	<u>Модульна контрольна робота 2</u> (25 балів)			

8. Рекомендовані джерела

основні:

1. Fombrun C., Van Riel C. Essentials of Corporate Reputation/ Charles Fombrun, Cees Van Riel. – Routledge, 2007. – 306 p.
2. Corporate Reputation/Carreras E., Aloza A., Carreras A. – Lid Publishing Ltd. – 2013. – 501 p.
3. Charles Fombrun, Cees Van Riel The Reputation Landscape// Corporate Reputation Review, Volume 1, Number 1 and 2, November 1997// http://www.reputationinstitute.com/press/1_1_Reputation_Landscape.pdf
4. Reputation Institute // <http://www.reputationinstitute.com/> 5. Reputation Capital Ukraine // <http://www.reputationcapital.org/>

Додаткові:

5. Литовченко І. Репутація як капітал // Топ-форум «Репутаційний капітал» // http://www.reputationcapital.org/site/files/articles/press/TOP_Forum_Catalog_web.pdf
6. Reputation Institute. RepTrak™ <http://www.reputationinstitute.com/advisory-services/reptrak>
7. Passow T., Fehlmann R. Country Reputation: From Measurement to Management. The Case of Liechtenstein// 2005 IABC International Conference Washington, D.C. – Washington Hilton & Towers, June 27, 2005 (Session M13)
// http://www.iabc.com/conf2005/docs/Tanja_Passow_Rolf_Fehlmann_M13-1.pdf
8. Passow T., Fehlmann R. Country Reputation: From Measurement to Management. The Case of Liechtenstein// 2005 IABC International Conference Washington, D.C. – Washington Hilton & Towers, June 27, 2005 (Session

M13) http://www.iabc.com/conf2005/docs/Tanja_Passow_Rolf_Fehlmann_M13-2.pdf

9. Executive MScom Project Team, University of Lugano, Switzerland// Silver Ruler Award for Excellence in Public Relations Measurement “Liechtenstein – Introducing the Global Village: Linking Identity, Reputation, and Communication”// Institute for Public Relations

// http://www.instituteforpr.org/research_single/liechtenstein_introducing_the_global_village/

10. Імідж і репутація: сучасні тенденції й виклики Міжнар.наук.-практ. конф., Київ, 20–21 берез. 2020 р. / М-во освіти і науки України, М-во культури України. Київ. Нац. ун-т культури і мистецтв. - Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2020. - 274 с.

Інтернет-ресурси:

1. https://stud.com.ua/67728/menedzhment/formuvannya_dilovoyi_reputatsiyi_otsinka_kontaktynimi_grupami www.profspilka.org.ua

2. <https://cedem.org.ua/library/postanova-plenumu-vsu-u-spravah-pro-zahyst-gidnosti-ta-chesti-fizychnoyi-osoby-a-takozh-dilovoyi-reputatsiyi-fizychnoyi-ta-yurydychnoyi-osoby/> www.mediakrytyka.info