

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-методичної та навчальної роботи

О.Б. Жильцов



2022 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

КУЛЬТУРА І КОМУНІКАЦІЇ

для студентів

спеціальності: *061 «Журналістика»*
рівня вищої освіти: *другого (магістерського)*
освітньої програми: *061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»*



Київ-2022

Розробник:

Макарова Марія Володимирівна, кандидат культурології, доцент кафедри інформаційних комунікацій Факультету української філології, культури і мистецтва Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладач:

Кузнецова Тетяна Василівна, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю
Протокол від 2 вересня 2022 року № 1


Завідувач кафедри  Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми 061.00.02 «Реклама та зв'язки з громадськістю»
2 вересня 2022 року

Гарант освітньо-професійної програми  Л. М. Новохатько

Робочу програму перевірено

____.____.2022 р.

Заступник декана Факультету журналістики з науково-методичної та навчальної роботи  В. Є. Сошинська

Пролонговано:

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

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

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

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

ЗМІСТ

1. Опис предмета навчальної дисципліни.....	4	
2. Мета та завдання навчальної дисципліни.....	4	
3. Результати навчання за дисципліною.....	5	
4. Структура навчальної дисципліни.....	6	
5. Програма навчальної дисципліни		
<i>модуль I</i>	7	8
<i>модуль II</i>	8	9
<i>модуль III</i>	9	10
<i>модуль IV</i>	10	10
6. Контроль навчальних досягнень		
<i>6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів</i>	10	
<i>6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання</i> ...	11	
<i>6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання</i>	13	
<i>6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання</i>	14	
<i>6.5. Орієнтовний перелік питань до екзамену</i>	15	
<i>6.6. Шкала відповідності оцінок</i>	16	
7. Навчально-методична карта дисципліни «Культура і комунікація».....	17	
8. Рекомендовані джерела.....	18	
<i>Основні</i>	18	
<i>Додаткові</i>	19	
<i>Інформаційні ресурси</i>	20	

1. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання (денна)
Вид дисципліни	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Загальний обсяг кредитів/годин	4 / 120
Курс	1
Семестр	1
Кількість змістових модулів з розподілом:	4
Обсяг кредитів	4
Обсяг годин, в тому числі:	120
Аудиторні	32
Модульний контроль	8
Семестровий контроль	-
Самостійна робота	80
Форма семестрового контролю	Залік

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Опис дисципліни та її предмета. Освітня програма підготовки магістрів з реклами і зв'язків з громадськістю передбачає вивчення дисципліни «Культура і комунікація», яка має за мету формування у магістрів системного мислення з комунікації як предмета культурологічного пізнання; поняття культури в комунікаційному просторі; вивчення методологічних аспектів аналізу комунікаційних процесів у культурі; проблем розвитку комунікаційних технологій в культурі України на сучасному етапі.

Програмні завдання дисципліни:

- ознайомити магістрів з розвитком уявлень про комунікацію: від античності до сучасності;
- оволодіти знаннями нормативно-правовими засадами інформаційно-комунікаційної діяльності;
- з'ясувати проблеми становлення системи зв'язків з громадськістю в Україні;
- проаналізувати національні особливості парадигми відносин «влада-громадськість» (на прикладі культурної політики);
- дослідити роль та діяльність міжнародних організацій в т. ч. громадських у налагодженні співпраці українських та зарубіжних

- культурних центрів;
- вивчити зарубіжний досвід європейської культурної політики в гуманітарній сфері та впровадження інноваційних технологій в рекламний продукт;
 - сформувати практичні вміння щодо участі в реалізації культурно-гуманітарних проектів, зокрема просування рекламної продукції;

Предметом вивчення навчальної дисципліни є концепції й теорії культурної комунікації в ХХ столітті, історичні форми комунікації в українській культурі.

Програмні результати вивчення дисципліни «Культура і комунікація»

- ЗКУ-4** -інформувати громадян про основні напрями державної політики через ЗМІ та немедійні джерела;
- ЗКУ-6** Здатність до когнітивної гнучкості; здатність здобувати нові знання, уміння та інтегрувати їх з уже наявними; спроможність аналізувати явище, ситуацію, проблему, враховуючи різні параметри, фактори, причини; здатність адаптувати мислення для вирішення завдань при зміні умов чи нестандартних ситуаціях.
- ФКУ-1** Здатність розуміти особливості суспільних процесів; мати знання з правових та етичних засад журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю; володіти процесами журналістської діяльності; здатність до прогнозування майбутнього журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю; здатність до виокремлення проблеми в професійній діяльності; здатність до володіння науковими методами збору даних; уміння застосовувати методи аналізу та обробки даних у галузі реклами та зв'язків з громадськістю; здатність до впровадження новітніх інформаційних технологій
- ФКУ-8** Здатність використовувати новітні положення теорії соціальної комунікації задля обґрунтованого відбору технологій, стратегій створення й просування рекламних, PR-продуктів
- ФКУ-11** Здатність до надання рекламно-поліграфічних послуг із застосуванням відповідного інструментарію при їх виробництві та просуванні.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Опанування дисципліни дозволяє отримати такі програмні результати

- РНУ-04** Формувати план роботи команди, здійснювати керівництво командною роботою при виконання професійних завдань.
- РНУ-06** При розробці та втіленні власних проєктів проявляти когнітивну гнучкість, здатність отримувати нові знання,

- РНУ-11** враховувати різні параметри, фактори, причини, координувати розроблену стратегію з огляду на нову інформацію. Аналізувати стан і тенденції розвитку громадської думки, розробляти стратегію дослідження громадської думки, застосовувати отримані знання у практичній діяльності управління соціальними процесами. Організувати процес збору, оброблення, збереження, продукування, передачі професійно важливої інформації з урахуванням політичного, економічного та соціокультурного контекстів. Прогнозувати перспективи розвитку медіа ринку.
- РНУ-18** Розробляти ідеї та технології створення рекламного чи PR-продукту на основі сучасних інфокомунікаційних технологій, новітніх знань у галузі
- РНУ-21** Володіти технологіями надання рекламно-поліграфічних послуг, застосовуючи відповідний інструментарій при їх виробництві та просуванні.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин						
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семінарських	Поточні консультації	Самостійна робота

Модуль I.

Комунікація як предмет культурологічного пізнання

1.1	Вступ. Поняття комунікації в еволюційній проекції	7	1	1				6	
1.2	Поняття культури в комунікаційному аспекті	5	1	1				4	
1.3	Методологічні аспекти аналізу комунікаційних процесів у культурі	6	1			1		6	
1.4	Порівняльний аналіз культурної політики декількох європейських країн (на вибір)	6	1			1		4	
	<i>Модульна контрольна робота</i>	2							2
	Разом	26	4	2		2		20	2

Модуль II.

Парадигма відносин «Культура-Міжкультурна комунікація»

2.1.	Інституціональна основа культури та міжкультурної комунікації	5	1	1				4	
2.2	Україна та процеси європейської культурної політики	7	1	1				6	
2.3	Культурні програми Європейського Союзу	5	2	2				4	
2.4	Розробка плану підготовки проекту з	9	2		2			6	

	підпрограми «Медіа» програми «Креативна Європа»								
	Модульна контрольна робота	2							2
	Разом	28	6	4	2			20	2

Модуль III.

Типологія комунікаційних відносин у системі «Влада-громадськість»

3.1	Комунікаційна взаємодія в соціокультурній системі «влада-громадськість».	3	1	1				4	
3.2	Типологія процесів комунікаційних відносин	1	1	1					
3.3	Історичні форми комунікації в українській культурі	6	2			2		4	
3.4	Аналіз сильних та слабких сторін соціокультурного проекту	6	2		2			4	
3.5	Розробка та обґрунтування задуму регіонального соціокультурного проекту (на прикладі власного проекту)	6	2		2			4	
3.6	Концепції й теорії культурної комунікації в ХХ столітті	6	2			2		4	
3.7	Розробка цільових соціокультурних проектів	2	2		2				
	Модульна контрольна робота	2							2
	Разом	34	12	2	6	4		20	2

Модуль IV.

Проблеми розвитку комунікаційних технологій в культурі України на сучасному етапі.

4.1	Нормативно-правові засади інформаційно-комунікаційної діяльності	5	1	1				4	
4.2	Національні особливості відносин «влада-громадськість» (на прикладі культурної політики України)	1	1	1					
4.3	Соціокультурна характеристика комунікаційних технологій регіону України (регіон на вибір)	6	2		2			4	
4.4	Особливості розробки регіональних соціокультурних проектів (регіон на вибір)	6	2		2			4	
4.5	Цільове проектування, обумовлене змістом культурної і комунікаційної проблеми	6	2		2			4	
4.6	Підготовка і реалізація соціокультурного проекту. Захист соціокультурного проекту (на прикладі власного проекту)	6	2		2			4	
	Модульна контрольна робота	2							2
	Разом	24	10	2	8			20	2
	Всього за семестр:	120	32	10	16	6		80	8

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ I.

Комунікація як предмет культурологічного пізнання

Лекція 1.1. Вступ. Поняття комунікації в еволюційній проекції (1 год.)

Проблеми взаємодії представників різних країн та культур.
Класифікації культур Е. Холла, Т. Г. Грушевицької. Розвиток міжкультурних

процесів в контексті глобалізації. Європейська культурна політика як складова міжкультурної комунікації. Об'єктивні та суб'єктивні передумови європейських культурних процесів. Нові функції культурної політики європейських держав в умовах глобалізації, розподіл повноважень і різного роду партнерства.

Лекція 1.2. Поняття культури в комунікаційному аспекті (1 год.)

Проблеми комунікації в філософському та соціологічному аспекті. Поєднання двох понять «культура» та «комунікація» (Грушевицька Т.Г., Садохін А.П., Портер Р.)

Світовий досвід демократичної культурної політики у вільноринкових умовах:

- правова та господарська самостійність;
- відмова держави від адміністративних важелів у взаєминах з культурною сферою;
- орієнтація не на утримання закладів, інституцій, а на фінансову підтримку культурних чи мистецьких проєктів, забезпечення пільгового режиму господарювання;
- законодавче, економічне (через податкові пільги) стимулювання недержавної підтримки культури.

Етапи європейської культурної політики. Об'єктивні та суб'єктивні передумови європейських культурних процесів. Національний вимір в культурній політиці Європи. Заходи з протидії масовій культурі. Надання європейському культурному процесу транснаціонального характеру, «європеїзація» культурної сфери, збереження європейської культурної самобутності.

Дослідження відкритого багатоаспектного комунікаційного простору культури. Аналіз знакових систем у культурі. Концепція В. Гумбольдта та Ф. Соссюра, їх вплив на розвиток теорії комунікації. Концепція Олександра Потебні-мова – це основний засіб управління поведінкою людей, пізнання дійсності та самосвідомості особистості.

Семінар 1. Методологічні аспекти аналізу комунікаційних процесів у культурі (1 год.) Порівняльний аналіз культурної політики декількох європейських країн (на вибір згідно зразку) (1 год.)

МОДУЛЬ II

Парадигма відносин «Культура-міжкультурна комунікація»

Лекція 2.1. Інституціональна основа культури та міжкультурної комунікації (1 год.)

Дослідження світу спілкування, відношення між культурами. Інститути європейських спільнот та ЄС як організаційне втілення інтеграційних процесів та механізми узгодження інтересів та вироблення спільних політик. Особливості політико-правових систем країн ЄС та їх вплив на формування інституціональної основи культурної політики ЄС. Формування інститутів європейської інтеграції та розширення їх повноважень.

Принципи та інституції. Співвідношення регіональної, національної та європейської ідентичності.

Лекція 2.2. Україна та процеси Європейської культурної політики (1 год.)

Програма ЄС «Креативна Європа» як проєкт Європейської комісії культурно-гуманітарного спрямування та фінансових можливостей для розвитку культури. Законодавче забезпечення участі рекламних агенцій у реалізації проєктів культурно-гуманітарного спрямування.

Підпрограма «Культура» як вагомий чинник розвитку культурної галузі, входження України до європейської системи культурного розвитку та ринку культурних послуг; використання творчого потенціалу ; наближення української реклами до європейських норм культурної політики.

Напрями підпрограми «Культура» та підпрограми «Медіа».

Практичне заняття 1. Розробка плану підготовки проєкту з підпрограми «Медіа» програми «Креативна Європа» (2 год.)

Лекція 2.3. Культурні програми Європейського Союзу (2 год.)

Програма «Рафаель» відновлення та збереження колекцій, бібліотек, архівів, зборів фотографій, кінофондів, фондів звукозапису, пам'ятників архітектури і культурних ландшафтів.

Програма «Аріан» випуск і розповсюдження літератури, розвиток бібліотек, фінансування перекладів книг (особливо рідкісних) з мови оригіналу на інші мови країн ЄС, стимулювання підвищення кваліфікації діячів літератури і працівників книговидавництва.

Програма «Калейдоскоп» сприяння інтеграції культурних традицій європейських країн, сфери мистецтва, як сценічне (театр, танці, музика, опера), прикладне (живопис, скульптура).

Програма підтримки європейської кіноіндустрії «Медіа».

МОДУЛЬ III

Типологія комунікаційних відносин у системі «Влада-громадськість» Лекція 3.1. Комунікаційна взаємодія в соціокультурній системі «влада-громадськість» (1 год.)

Концепції влади Н. Лумана, М.Вебера, Н.Вінера та поняття комунікації. Розвиток громадянського суспільства та «якість політичної комунікації. Соціокультурна система «влада-громадськість».

Семінарське заняття 2. Історичні форми комунікації в українській культурі (2 год.)

Практичне заняття 2 Аналіз сильних та слабких сторін соціокультурного проєкту (2 год.).

Лекція 3.2. Типологія процесів комунікаційних відносин (1 год.)

Типологія комунікаційних відносин у системі «влада-громадськість»: інформування; консультування; залучення громадськості до активної участі в суспільно-політичному житті країни. Інформування громадян про основні напрями державної політики через ЗМІ та невідійні джерела. Громадські

(публічні) консультації як ефективна комунікаційна технологія. Залучення громадськості до участі-показник рівня розвитку громадянського суспільства. (1 год.)

Семінарське заняття 3. Концепції й теорії культурної комунікації в ХХ столітті (2 год.).

Практичне заняття 3. Розробка та обґрунтування задуму регіонального соціокультурного проекту (на прикладі власного проекту). (2 год.).

Практичне заняття 4. Розробка цільових соціокультурних проектів (2 год.).

МОДУЛЬ IV

Проблеми розвитку комунікаційних технологій в культурі України на сучасному етапі.

Лекція 4.1. Нормативно-правові засади інформаційно-комунікаційної діяльності (1 год.)

Унікальність і своєрідність українського варіанту освоєння сучасних комунікаційних технологій. Нормативно-правова база з питань інформаційної діяльності та комунікаційної взаємодії в суспільстві. Закони, розпорядження, укази Президента України та постанови і розпорядження Кабінету Міністрів України.

Практичне заняття 5. Соціокультурна характеристика комунікаційних технологій регіону України (регіон на вибір). (2год.).

Практичне заняття 6. Особливості розробки регіональних соціокультурних проектів(регіон на вибір). (2 год.).

Практичне заняття 7.Цільове проектування, зумовлене змістом культурної і комунікаційної проблеми. (2 год.).

Практичне заняття 8.Підготовка і реалізація соціокультурного проекту. Захист соціокультурного проекту (на прикладі власного проекту). (2 год.).

Лекція 4.2. Національні особливості відносин «влада- громадськість» (на прикладі культурної політики України) (1 год.)

Моніторингова діяльність у системі зв'язків з громадськістю в Україні.

Функція моніторингу-узагальнення інформації про стан навколишнього соціального середовища. Стрижневий принцип сучасної української культури – вимога самореалізації. Позитивний міжнародний імідж України, її присутність у світовому інформаційному просторі. Організація системи професійної підготовки з PR-технологій для державних службовців.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів.

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	1	1	2	2	1	1	1	1
Відвідування семінарських занять	1	1	1			2	2		
Відвідування на практичному занятті	1			1	1	3	3	4	4
Робота на семінарському занятті	10	1	10			2	20		
Робота на практичному занятті	10			1	10	3	30	4	40
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)									
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	4	20	3	15	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Виконання ІНДЗ									
<i>Разом</i>			52		58		96		85
Максимальна кількість балів			291						
Розрахунок коефіцієнта			Розрахунок: $291:100=2,9$ Студент набрав: 250 бали Оцінка: $250:2,9 = 86$ балів						

6.2 ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

МОДУЛЬ І.

Комунікація як предмет культурологічного пізнання – 20 годин

1. Охарактеризувати основні складові європейського комунікаційного простору – 5 год.
2. Діяльність глобальних неурядових міжнародних організацій в європейському культурному просторі - 5 год.
3. Проаналізувати етичні кодекси міжнародних європейських організацій в культурній діяльності – 10 год.

МОДУЛЬ ІІ

Парадигма відносин «Культура-Міжкультурна комунікація – 20 годин

4. Розкрийте інформаційно-технічний підхід до комунікації - 5 год.
5. Функціональний, галузевий та інші підходи до визначення поняття культура- 5 год.
6. Проаналізуйте критерії пріоритетного відбору проектів - 5 год.
7. Проаналізуйте напрями регіональних соціокультурних програм і проектів – 5 год.

МОДУЛЬ ІІІ.

Типологія комунікаційних відносин у системі «Влада-громадськість» –

20 годин

8.Охарактеризуйте (на вибір) концепції й теорії культурної комунікації в ХХ столітті - 5 год.

9.Опрацюйте інформаційні ресурси Інтернет, сайти організацій (установ), що надають інформацію щодо підтримки проєктів – 10 год.

10.Публічні консультації як ефективна комунікаційна технологія – 5 год.

МОДУЛЬ ІV.

Проблеми розвитку комунікаційних технологій в культурі України на сучасному етапі – 20 годин

11.Проблеми культури та міжкультурної комунікації у соціологічному аспекті- 10 год.

12.Використання засобів масової комунікації у зв'язках з громадськістю – 5 год.

13.Історичні форми комунікації в українській культурі – 5 год.

Критерії оцінки результатів самостійної роботи

У процесі виконання самостійної роботи викладач оцінює:

рівень засвоєння студентом навчального матеріалу, винесеного на самостійне опрацювання;

вміння використовувати теоретичні знання при виконанні практичних задач;

обґрунтованість та логічність викладення самостійно вивченого матеріалу;

повноту розкриття теми дослідження;

оформлення матеріалів згідно з висунутими вимогами;

максимальна кількість балів за виконану роботу – **5 балів**.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Критерії і норми оцінювання модульної (контрольної) роботи

Модульний контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Тестові завдання для проміжного контролю знань студентів охоплюють теми, які вивчаються в межах окремих модулів. Формат тестових завдань передбачає завдання закритої форми із запропонованими відповідями.

Максимальна кількість балів - 25	Критерії оцінювання
25 - 20	Завдання виконані якісно (90% - 100% виконання усіх розділів модульної (контрольної) роботи).
19 - 15	Завдання виконані якісно з достатньо високим рівнем правильних відповідей (89% - 75% виконання усіх розділів модульної (контрольної) роботи).
14 - 10	Завдання виконані якісно з середнім показником правильних відповідей (74% - 50% виконання всіх розділів модульної (контрольної) роботи).

ПИТАННЯ ДО МОДУЛЬНИХ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Модульна контрольна робота № 1

1. Розвиток міжкультурних процесів в контексті глобалізації.
2. Класифікації культур Е. Холла, Т. Г. Грушевицької.
3. Співвідношення культура і комунікація
4. Розвиток уявлень про комунікацію: від античності до сучасності
5. Європейська культурна політика як складова міжкультурної комунікації.
6. Об'єктивні та суб'єктивні передумови європейських культурних процесів.
7. Основні поняття аналізу комунікаційних процесів.
8. Поняття комунікації у співвідношенні з поняттям спілкування.
9. Термін соціокультурна комунікація.
10. Концепція М. Кагана.
11. Філософські концепції комунікації: М. Бахтіна; К.Ясперса.
12. Філософські концепції комунікації М.Бубера; Ю.Габермаса; Г.Щедровецького.

Модульна контрольна робота № 2

1. Нові форми культурної діяльності та розвиток міст(на прикладі Великобританії, Німеччини).
2. Збереження традиційних етнічних мистецтв, як один із напрямів державної політики (на прикладі Шотландії та Румунії) .
3. Культурне співробітництво країн Баренцева Євро-Арктичного регіону (на прикладі Норвегії, Фінляндії.) .
4. Локальна культурна політика як інструмент розвитку сільських територій Латвії, Данії та Нідерландів.
5. Молодіжна політика - ключовий напрямок культурної кооперації.
6. Порівняльний аналіз на прикладі Франції, Чехії.
7. Процес децентралізації управління - нова парадигма культурної політики на прикладі Великобританії, Італії.
8. Культурні обміни Англії та України як форма самопрезентації держави в міждержавному культурному просторі.
9. Моделі культурного регіону і специфіка регіональної культурної політики (на прикладі Італії, Фінляндії, України.)
10. Культурна політика і політична культура. Порівняльний аналіз досвіду Франції, Великобританії та України.
11. Аспекти державної політики щодо збереження культурно-мовної ідентичності в умовах глобалізації. Іспанія, Франція.
12. 12 Компаративне дослідження культурної політики Великобританії, Фінляндії на основі «двадцяти однієї стратегічної дилеми».

Модульна контрольна робота № 3

1. Концепції влади Н. Лумана, М. Вебера та поняття комунікації
2. Комунікація влади Н. Вінера, Ю. Габермаса та поняття комунікації.
3. Розвиток громадянського суспільства та «якість політичної комунікації».
4. Соціокультурна система «влада-громадськість».
5. Типологія процесів комунікаційних відносин.
6. Типологія комунікаційних відносин у системі «влада-громадськість».
7. Комунікативне призначення мови в професійній сфері.
8. Професійна мовно комунікативна компетенція.
9. Мова і культура мовлення в житті професійного комунікатора.
10. Комунікативні ознаки культури мови.
11. Слухання і його роль у комунікації.
12. Поняття комунікації, типи комунікацій, перешкоди та бар'єри комунікації.
13. Публічний виступ як важливий засіб комунікації переконання. Види публічного мовлення.
14. Наукова комунікація як складова фахової діяльності.

Модульна контрольна робота № 4

1. Український варіант освоєння сучасних комунікаційних технологій.
2. Нормативно-правова база з питань інформаційної діяльності та комунікаційної взаємодії в суспільстві.
3. Моніторингова діяльність у системі зв'язків з громадськістю в Україні.
4. Функція моніторингу-узагальнення інформації про стан навколишнього соціального середовища.
5. Стрижневий принцип сучасної української культури – вимога самореалізації.
6. Позитивний міжнародний імідж України, її присутність у світовому інформаційному просторі.
7. Організація системи професійної підготовки з PR-технологій для державних службовців.
8. Мета та завдання регіональних соціокультурних проектів.
9. Принципи ефективного регіонального проектування.
10. Технологія розробки регіонального соціокультурного проекту.
11. Класифікація регіональних проектів за домінуючою ознакою: історичні, художні, освітні, екологічні, політичні, соціально- психологічні тощо.
12. Соціокультурні проекти для підлітків та молоді.
13. Соціокультурні проекти для дорослих.
14. Соціокультурні проекти для осіб похилого віку.
15. Соціокультурні проекти для людей з обмеженими можливостями.
16. Соціокультурні проекти для сімей.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

1. Форма проведення: письмова. Екзамен у письмовій формі з практичним завданням (тести). Максимальна кількість балів: 40 балів. Критерії оцінювання: правильна відповідь на питання — 10 балів (усього 20 балів); тестування — 20 балів.

6.6. Шкала відповідності оцінок

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

7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТКА ДИСЦИПЛІНИ «Культура і комунікація»

Разом: 120 год., лекцій – 10 год., семінарських – 6 год., практичних – 16 год., модульний контроль – 8 год., самостійна робота – 80 год., залік

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XIII	XIV	XV	XVI
Модулі	Змістовий модуль I				Змістовий модуль II				Змістовий модуль III				Змістовий модуль IV			
Назва модуля	Комунікація як предмет культурологічного пізнання				Парадигма відносин «Культура-міжкультурна комунікація»				Типологія комунікаційних відносин у системі «Влада-громадськість»				Проблеми розвитку комунікаційних технологій в культурі України			
Кількість балів за модуль	52 б.				58 б.				96 б.				85 б.			
Лекції	відвідування - 1 б.				відвідування - 2 б.				відвідування - 1 б.				відвідування - 1 б.			
Теми лекцій	Вступ. Поняття комунікації в еволюційній перспективі Поняття культури в комунікаційному аспекті - 1 б.				Інституціональна основа культури та міжкультурної комунікації Україна та процеси європейської культурної комунікації Культурні програми Європейського Союзу Розробка плану підготовки проекту з підпрограми «Медіа» програми «Креативна Європа» - 1 б.				Комунікаційна взаємодія в соціокультурній системі «влада-громадськість» Типологія процесів комунікаційних відносин - 1 б.				Нормативно-правові засади інформаційно-комунікаційної діяльності Національні особливості відносин «влада-громадськість» (на прикладі культурної політики України) - 1 б.			
Теми семінарських/практичних занять	Методологічні аспекти аналізу комунікаційних процесів у культурі Порівняльний аналіз культурної політики декількох європейських країн (на вибір) 1+10 б.				Розробка плану підготовки проекту з підпрограми «Медіа» програми «Креативна Європа» 1+10 б.				Історичні форми комунікації в українській культурі 1+10 б. Аналіз сильних та слабких сторін соціокультурного проекту 1+10 б. Розробка та обґрунтування задуму регіонального соціокультурного проекту (на прикладі власного проекту) 1+10 б. Концепції й теорії культурної комунікації в XX столітті 1+10 б. Розробка цільових соціокультурних проектів 1+10 б.				Соціокультурна характеристика комунікаційних технологій регіону України (регіон на вибір) 1+10 б. Особливості розробки регіональних соціокультурних проектів(регіон на вибір) 1+10 б. Цільове проектування, обумовлене змістом культурної і комунікаційної проблеми 1+10 б. Підготовка і реалізація соціокультурного проекту. Захист соціокультурного проекту (на прикладі власного проекту) 1+10 б.			
Самостійна робота	5x3=15 б.				5x4=20 б.				5x3=15 б.				5x3=15 б.			
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.				Модульна контрольна робота 2 – 25 б.				Модульна контрольна робота 3 – 25 б.				Модульна контрольна робота 4 – 25 б.			

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основна

1. Берегова О. М. Культура та комунікація: дискурси культуротворення в Україні ХХІ ст. /Берегова О.М. ; Ін-т культурології Акад. мистецтв України. Київ : Ін-т культурології АМУ, 2009. -175 с.
2. Бенц А. Багаторівневе переплетення в Європейському Союзі// Європейська інтеграція/Уклад. М.Яхтенфукс, Б. Колер-Кох; Пер. з нім. М. Яковлева. – К.:Вид. дім «Києво-Могилянська академія, 2007. – С.208-231.
3. Воллес Г. Динаміка створення інституцій ЄС// Європейська інтеграція/Уклад. М.Яхтенфукс, Б. Колер-Кох; Пер. з нім. М. Яковлева. – К.:Вид. дім «Києво-Могилянська академія, 2007. – С.168-188.
4. Грицяк І.А. Право та інституції Європейського Союзу. Навч. Посібник/ І.А.Грицяк- К.: К.І.С., 2004.
5. Кіш Єва. Пошуки теоретичних моделей європейської інтеграції//Політичний менеджмент. – 2004. - № 6 (9). – С. 103-114.
6. Коноваленко І. Проблема співвідношення наднаціональності та суверенітету в основних концепціях західноєвропейської інтеграції// Наукові записки/ Національний університет "Києво-Могилянська академія". – 1999. - Том 12. Політологія.
7. Копійка В.В. Європейський Союз: досвід розширення і Україна. - К., 2005.
8. Копійка В.В. Європейський Союз: історія і засади функціонування. – К. – 2009.
9. Тимошенко М.О. Міжнародні гуманітарні стратегії: теорія і практика: підручник .- К.: НАККІМ, 2015.-160 с.

Інформаційні ресурси

- 1.Аврааменко М. Аналіз концептуальних положень міжурядового підходу до європейської інтеграції// Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/2056>
- 2.Водянніков О. Наднаціональність в праві Європейського Союзу// <http://comparativelaw.kiev.ua>
- 3.Миколюк А. В. Концептуальний вимір теорії та підходів європейської інтеграції// Режим доступу: http://www.social-science.com.ua/journal_content/82/political
- 4.Петрова І.В. Проектування в соціально-культурній сфері: Навчальний посібник [Електронний ресурс] / І.В. Петрова. - К. : Вид- во КНУКіМ, 2007. - 372 с. - Режим доступу: www.culturalstudies.in.ua/2008_petrova_9.php
- 5.Про культуру: закон України від 14.12.2010 № 2778-VI [Електронний ресурс]// Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.ra-da.gov.ua/laws/show/2778-17>.
- 6.Про основні напрями зовнішньої політики України: закон України від 02.07.1993 № 3360-XII [Електронний ресурс]//Верховна рада України. –

Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3360-12>

7. Про міжнародні договори України: закон України від 29.06.2004 № 1906-IV [Електронний ресурс]// Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1906> - назва з екрану.

8. Про проект [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.book-forum.ua/article/1849/%D0%9F%D1%80%D0%BE+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82.html>. - назва з екрану.

9. Українські проекти Європейської академії наук, мистецтв і літератури// «Всесвіт».-2015 - № 5-6.- С. 284-285.

10. Матеріальна підтримка культурних проектів: світовий досвід та можливості застосування в Україні / Інститут культурології Національної академії мистецтв України; Авт. кол.: Безгін О. І., Бернадська Г. Є., Берунова Л. О., Кочарян Л. С., Успенська О. Ю. - К, 2010. -192 с.

11. Світова та європейська інтеграція: організаційні засади. Навч. посібник/ За ред. Я.Й. Малика, М.З. Мальського.- Львів, 2000.

12. Європейська інтеграція. Словник-довідник. - К., 2009.

14. Яковюк І., Трагнюк Л., Меделяєв В. Азбука європейської інтеграції. Харків: «Апекс+», 2006.– 168 с.

ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль 1

Тема 1. Порівняльний аналіз культурної політики декількох європейських країн (на вибір згідно зразку)

Згідно поданих моделей, охарактеризувати і порівняти культурні політики двох країн на вибір:

«Британська модель»:

- послідовне проведення культурної політики через підтримку держави на основі фінансування, дистанціювання її від процесу розподілу фінансів;
- участь незалежних інституцій (агенцій, спілок, рад мистецтв, рад національних закладів та ін.) у розподілі фінансової підтримки;
- створення механізмів впливу культурно-мистецького середовища на розподіл бюджетних коштів;
- посилення ролі місцевих органів влади, приватного спонсорства на розвиток культурного середовища.

«Французька модель»:

- виділення, контроль та розподіл коштів на культурно-мистецькі цілі; вирішальна роль держави в цьому процесі;
- залучення культурно-мистецької сфери до практики фінансування місцевими органами влади;
- надання державної допомоги більшості культурно-мистецьких ініціатив незалежно від масштабів, форми власності, комерційного успіху, дотримання національного пріоритету

Література:

Основна: 2-10,13,

Додаткова: 25-31.

Змістовий модуль III

Тема 2. Історичні форми комунікації в українській культурі

1. Форми комунікації в українській культурі
2. Історичні форми суспільної та міжкультурної комунікації
3. Кодово-символічні комунікаційні форми
4. Релігія – важлива історична форма комунікації в українській культурі.

Література:

Основна: 1,2,3,4.

Додаткова: :28-31.

Тема 3. Концепції й теорії культурної комунікації в ХХ столітті

1. Поняття «масове суспільство»-«масова культура»-масова комунікація»
2. Комунікаційний чинник - основа розуміння культури в концепції Дж.

Лалла.

3. Кодово-інформаційний характер моделі Р. Якобсона.

4. Процеси мислення, рефлексії, розуміння в теоріях

Г. Щедровицького, В. Лефевра, Г. Гадамера.

Література:

Основна: 2-5, 10,13.

Додаткова: 20-31.

VI. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль II

Тема 1. Розробка плану підготовки проекту з підпрограми «Медіа» програми «Креативна Європа»

Теоретичні питання:

1. Діяльність програми ЄС «Креативна Європа» як проект Європейської комісії: розкрити основні напрями.
2. Підпрограма «Медіа» як вагомий чинник розвитку культурної галузі: зміст і форми реалізації.
3. Розкрити основні функції національного бюро програми «Креативна Європа».

Мета: оволодіння методикою, практичними навиками підготовки та отримання грантової підтримки.

1. Опрацювати інформаційні ресурси Інтернет, сайти організацій (установ), що надають інформацію щодо підтримки проектів.

2. Підготувати заявку на участь в отриманні гранту. Підготувати мотиваційний лист (зацікавленість) певною темою (успішність в навчанні, оволодіння мовою, потреба навчання і життя в мультикультурному суспільстві, бажання вивчення інноваційних процесів для впровадження в реальну практику, вміння передати отриманий досвід колегам тощо).

3. Отримання рекомендації від професіоналів-лідерів вибраного вами напряму(проекту, програми та ін.).

Література:

Основна: 1-9,10,13,18,19.

Додаткова: 25-31.

Змістовий модуль III

Тема 2. Аналіз сильних та слабких сторін соціокультурного проекту

(на прикладі власного проекту)

1. Використовуючи SWOT-аналіз, виявити та структурувати сильні й слабкі сторони проекту.
2. Виявити потенційні можливості та ризики.
3. Сформуувати висновок щодо напряму розвитку проекту.

Література:

Основна: 2,3,4,6.

Додаткова: 20-29.

**Тема 3. Розробка та обґрунтування задуму
регіонального соціокультурного проекту
(на прикладі власного проекту)**

1. Проаналізувати проблему, на подолання якої буде розроблятися проект.
2. Визначити мету проекту.
3. Визначити завдання проекту.
4. Визначити форми реалізації проекту.

Література:

Основна: 12-19.

Додаткова: 20-31.

**Тема 4. Розробка цільових соціокультурних проектів
(показати на прикладі проектів для підлітків та молоді, дорослих,
осіб похилого віку, людей з обмеженими можливостями, сімей)**

1. Визначити цільову аудиторію проектування.
2. Визначити цілі, завдання та форми реалізації проекту.
3. Обрахувати бюджет проекту.

Література:

Основна: 1,3,4,6.

Додаткова: 25-31.

Змістовий модуль IV

**Проблеми розвитку комунікаційних технологій в культурі України
на сучасному етапі.**

**Тема 5. Соціокультурна характеристика комунікаційних технологій
регіону України (регіон на вибір)**

1. Здійснити загальну характеристику комунікаційних технологій регіону.
2. Охарактеризувати історичні особливості та культурний потенціал регіону.
3. Визначити історико-культурну унікальність регіону.

Література:

Основна: 1,2,3,6.

Додаткова: 25-31.

Практичне заняття № 6. Особливості розробки регіональних соціокультурних проектів

(регіон на вибір)

1. Визначити соціокультурні проблеми регіону.
2. Проаналізувати концепцію розвитку культурного життя регіону.
3. Розробити проект на подолання тієї чи іншої проблеми регіону.

Література:

Основна: 1,2,3,4,6.

Додаткова:25-31.

Тема 7. Цільове проектування, обумовлене змістом культурної і комунікаційної проблеми

1. Визначити сферу та аудиторію проектування.
2. Визначити цілі, завдання та форми реалізації проекту.
3. Розрахувати бюджет проекту.
4. Визначити джерела фінансування.

Література:

Основна: 2,3,4,6.

Додаткова: 25-30.

Тема 8. Підготовка і реалізація соціокультурного проекту Захист соціокультурного проекту(на прикладі власного проекту)

1. Визначити цільову аудиторію, мету та завдання заходу.
2. Розробити сценарний план заходу.
3. Визначити організації, які будуть залучені до реалізації проекту.
4. Розробити кошторис заходу.
5. Розробити прес-реліз.
6. Оцінити ефективність заходу.
7. Визначити результати проекту.
8. Визначити методи реалізації проекту.
9. Визначити ресурси для реалізації проекту

Література:

Основна: 1,2,3,4,6.

Додаткова: 20-31.