

Силабус курсу
Філософський тренінг «Політична платформа»

Ступінь вищої освіти – магістр
Освітньо-професійна програма «Аналітика суспільних процесів»

Дні занять: понеділок 12.45–14.05, середа 8.00–10.55,
12.45–14.05, аудиторія 1001

Консультації: середа 14.20. аудиторія 1001

Рік навчання: I, Семестр: I

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівник курсу

ПШ

Кандидат політичних наук, доцент Петришин Г. Р.

**Контактна
інформація**

onackogalina@gmail.com +380978907187

Опис дисципліни

Дисципліна філософський тренінг «Політична платформа» спрямована на формування у магістрантів необхідних практичних навичок аналізу, систематизації й оцінки контенту соціально- політичної інформації, створеної новітніми інформаційними і комунікативними технологіями на основі засвоєння знань з методів, способів, прийомів та засобів маніпулювання масовою свідомістю; умінь оцінювати перспективу можливих шляхів розвитку ситуацій відповідно змісту інформації, уникати маніпулятивного впливу та будувати ефективну комунікацію, метою якої є донести необхідну інформацію до аудиторії.

Структура курсу

Години (лек./сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2/2	1. Ефективна комунікація в професійній діяльності	Знати структуру комунікативного процесу та здійснювати аналіз особистих комунікативних можливостей. Уміти на практиці застосовувати імперативне, маніпулятивне та діалогічне спілкування, долати різні види комунікативних бар'єрів. Навики планування, організації, проведення та системного аналізу ділової бесіди.	Вправи, задачі, ігри, тести

2/2	2. Громадська думка як соціальний феномен	Знати структурні елементи та механізм формування громадської думки. Вміти здійснювати аналіз різних типів суджень громадської думки та використовувати соціальні мережі як інструмент впливу на формування свідомості певних соціальних груп суспільства.	Вправи, задачі
2/2	3.ЗМІ як засоби інформаційного впливу	Знати новітні прийоми, методи, способи впливу сучасних мас-медіа на некритичне сприйняття інформації людиною. Вміти розпізнавати та аналізувати основні технології інформаційного впливу сучасних ЗМІ.	Кейси, задачі. вправи
2/2	4. PR технології	Знати методи, прийоми PR технологій. Вміти розрізняти різні види PR та здійснювати їх аналіз у пресі. Вміти створювати різні види друкованих матеріалів для PR акцій.	Задачі, вправи, ігри
2/4	5. Нові комунікативні технології у діяльності органів публічної влади	Знати про нові ефективні методи комунікації влади і громадських організацій (PR-комунікації, Е-комунікації). Вміти застосовувати на практиці основні форми механізму зворотного зв'язку влади з громадськістю та прогнозувати комунікаційні ризики у публічному полі (PEST-аналіз, SWOT-аналіз).	Задачі, вправи
2/4	6. Основи критичного мислення як захист від маніпуляцій у мас-медіа.	Знати основні техніки формування критичного мислення та вміти їх практично використовувати в аналізі медійної інформації. Навики критичного дискурс-аналізу текстової інформації.	Кейси, задачі, вправи, ігри

2/4	7. Опанування навичками інформаційного протиборства	Знати основні правила перевірки інформації на достовірність. Вміти встановлювати оцінку першоджерела інформації та повноту інформації, відокремлювати факти від суджень, оцінок та висновків, сформулювати аналітичне ставлення до циркулюючої в суспільстві інформації.	Задачі, вправи
2/4	8. Інтрига у політичній комунікації	Знати види, схеми та інструменти формування інтриг. Сформулювати уявлення про механізм створення персональних та соціально-політичних інтриг. Уміти здійснювати аналіз інтриг в сфері політичної комунікації та прогнозувати їх наслідки.	Задачі, вправи, ігри
2/4	9. Політичне лідерство та імідж	Здійснювати аналіз різних типів політичного лідерства і механізму їх формування сучасними PR технологіями. Знати способи формування функціонального, контекстного та порівняльного іміджу та вміти визначати їх затребуваність у конкретних соціально-економічних та соціально-політичних умовах. Вміти презентувати себе за допомогою проведення різних громадських заходів.	Кейси, задачі, вправи, ігри, тестування
0/4	10. Мистецтво успіху у громадській та політичній діяльності	Знати складові успіху та якості, якими повинна володіти успішна людина. Знати правила, прийоми та способи подачі вербальної і невербальної інформації. Вміти планувати та організовувати публічні виступи, застосовувати основні прийоми успішного виступу у бесідах, дискусіях та друкованих матеріалах ЗМІ. Вміти визначати цільову аудиторію, власні ресурси, вибирати необхідні для реалізації мети медіа та підтримувати з ними	Задачі, вправи, ігри

		зв'язки.	
2/2	11. Конфлікт в управлінській діяльності	Знати природу конфліктів, їх структуру, динаміку розвитку та стратегії управління конфліктними ситуаціями. Вміти здійснювати діяльність по профілактиці, прогнозуванню, регулюванню та розв'язанню конфліктів в управлінській діяльності. Вміти аналізувати конфліктні ситуації і конфлікти різного рівня.	Задачі, справи
0/6	12. Оксфордські дебати	Практичні навички зі збору тематичної інформації, її аналізу та представлення, ведення дискусій та аргументації своєї позиції, вмінь логічного викладу інформації з окремої теми.	Кейс, гра

Літературні джерела

1. Аллін Деніел С. Сучасні медіа системи: три моделі відносин ЗМІ та політики [Електронний ресурс] / Деніел С. Галлін, Паоло Манчіні; пер. з англ. О. Насика. – К.: Наука, 2008. – 320 с. – Режим доступу: <https://mediasystemy.wordpress.com>. – Мова: українська.
2. Баришполець О. Т. Брехня в інформаційному просторі та міжособовій комунікації [Електронний ресурс]: монографія / О. Т. Баришполець; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. – 648 с. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/mono/maketBarishpolets.pdf>. – Мова: українська.
3. Бебик В. М. Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг: навч.-метод. посіб. / В. М. Бебик; Міжрегіон. Акад. упр. персоналом (МАУП). – К., 2001. – 214 с.
4. Головатий М. Ф. Мистецтво політичної діяльності / М. Ф. Головатий. – К., 2002. – 176 с.
5. Головатий М. Ф. Професія – політик / М. Ф. Головатий. – К., 2000. – 87 с.
6. Загородний Т. М. Технології лідерства и харизми: для політиків и бизнесменів / Тарас Загородний. – Харків: Фолио, 2015. – 237 с.
7. Історія інформаційно-психологічного протиборства: підруч. / [Я. М. Жарков, Л. Ф. Компанцева, В. В. Остроухов, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Є. Д. Скулиш]; за заг. ред. д.ю.н., проф., засл. юриста України Є. Д. Скулиша. – К.: Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. – 212 с.
8. Квіт С. Масові комунікації / С. Квіт. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2006. – 251 с.

9. Конверський А. Є. Критичне мислення. Підручник для студентів навчальних закладів вищої освіти усіх спеціальностей. – К.: Центр навчальної літератури. – 2018. – 340 с.
10. Костенко Н. В. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики [Електронний ресурс]: монографія / Н. В. Костенко, В. Ф. Іванов. – К.: Центр вільної преси, – 2003. – 200 с. – Режим доступу: <http://i-soc.com.ua/files/k/kostenko.pdf>. – Мова: українська.
11. Посібник з верифікації [Електронний ресурс]: визначний гід з верифікації цифрового контенту для висвітлення надзвичайних подій. – Режим доступу: http://verificationhandbook.com/book_ua. – Мова: українська. <http://www.slideshare.net/usnires/ss-47525342>. – Мова: українська.
12. Різун В. В. Теорія масової комунікації / В. В. Різун. – К.: Вид. центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
13. Солодка Л. І. Логіка. Методи логічного аналізу тексту [Електронний ресурс]: навчальний посібник / Л. І. Солодка. – Черкаси: Брама-Україна, 2011. – 68 с. – Режим доступу: http://eprints.cdu.edu.ua/245/1/Солодка_Л._І._Логіка,_методи_логічного_аналізу.pdf. – Мова: українська.
14. Стратегії дослідження екранних медіа [Електронний ресурс] / НАН України; ІМФЕ ім. М. Т. Рильського. – К., 2013. – 356 с. – (Наукові студії ІМФЕ; вип.7). – Режим доступу: http://maunau.org.ua/etnolog/books/ns/ns_2013.pdf. – Мова: українська.
15. Тихомирова Є. Б. Паблік рилейшнз у глобалізованому світі: монографія / Є. Б. Тихомирова. – К.: Науково-видавничий центр «Наша наука і культура», 2006. – 489 с.
16. Тягло О. В. Критичне мислення: навч. посіб. / О. В. Тягло. – Х.: Основа, 2008. – 189 с.
17. Український медіаландшафт – 2015 [Електронний ресурс]: аналітичний звіт / За ред. В. Ф. Іванова. – К.: ФКА, АУП, 2015. – Режим доступу: http://www.aup.com.ua/upd/kas_43639-1522-13-30.pdf. – Мова: українська.
18. Ясиневич Я. Я. Комунікація громадських ініціатив. Для тих, хто творить зміни. Практичний посібник / Я. Я. Ясиневич; Інститут масової інформації. – К.: ТОВ «Софія-А», 2016. – 104 с.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-15 балів). Перескладання модуля відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, участь в представленні соціального проекту) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником тренінгу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Опитування під час занять – усно	10
Модуль 1 (теми 1-12) – розв’язки задач, обговорення кейсів та виконання вправ	50
Модуль 2 (теми 2-12) – індивідуальні науково – дослідні роботи	40

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов’язковим повторним курсом