

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука»
Факультет журналістики
Кафедра соціальних комунікацій

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК 07. КОМУНІКАТИВІСТИКА

для студентів

| | |
|--|--------------------------|
| Освітньої програми: | Журналістика |
| Рівня вищої освіти: | другого (магістерського) |
| на здобуття освітнього ступеню: | магістра |
| за спеціальністю: | 061 Журналістика |
| галузі знань: | 06 Журналістика |

Рівне-2020

Робоча програма **Комунікативістика**

галузі знань 06 Журналістика, **спеціальності:** 061 Журналістика

Розробник: **Мітчук О. А.**, доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри соціальних комунікацій

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри соціальних комунікацій

Протокол № 1 від 27 серпня 2020 року

Завідувач кафедри  доц. Золяк В. В.
(підпис)

Схвалено навчально-методичною комісією факультету журналістики

Протокол № 1 від 28 серпня 2020 року

Голова  проф. Мітчук О. А.
(підпис)

Гарант освітньої програми «Журналістика» зі спеціальності 061 «Журналістика» у галузі знань 06 «Журналістика» рівня вищої освіти другого (магістерського)

проф. Мітчук О. А. 
(підпис)

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

| Найменування показників | Рівень вищої освіти, галузь знань, спеціальність | Характеристика навчальної дисципліни | |
|---|---|---|--------------------------|
| | | денна форма навчання | заочна форма навчання |
| Кількість кредитів – 3/3 | <p>Рівень вищої освіти: другий (магістерський)</p> <p>Галузі знань: 06 Журналістика Спеціальність: 061 Журналістика</p> | Обов'язковий освітній компонент | |
| Змістових модулів – 1 | | Рік підготовки: | |
| Загальна кількість годин (денна/заочна форми навчання) – 90/90 | | 1-й | 1-й |
| | | Семестр | |
| | | 1-й | 1-й |
| | | Лекції | |
| | | 20 год. | 6 год. |
| | | Практичні, семінарські | |
| | | 10 год. | 4 год. |
| | | Лабораторні | |
| | | – | – |
| | | Самостійна робота | |
| 30 год. | | 80 год. | |
| Індивідуальні завдання: | | | |
| 30 год. | | | |
| Вид контролю: екзамен | | | |

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Робоча програма навчальної дисципліни «Комунікативістика» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Журналістика» підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 061 Журналістика галузі знань 06 «Журналістика».

Метою курсу є надання майбутнім фахівцям знань та вмінь визначення та використання основних медіа-технологій в побудові комунікативних стратегій. Формування у студентів теоретичних знань у галузі соціальної комунікації та навичок практичної участі в різних типах соціальних комунікацій.

Завдання курсу: сформувати знання щодо історії виникнення та розвитку теорії комунікації; сформувати навички практичного застосування методів, інструментів, типів, каналів та засобів комунікації; допомогти студентам оволодіти знаннями з теорії та практики комунікації; надати необхідну теоретичну та практичну базу задля встановлення і підтримки комунікативних зв'язків, між державою та суспільством, між людиною та світом, між державами та культурами. теоретичні та прикладні аспекти технологій комунікативної стратегії. Визначити системний характер комунікативної стратегії; типології PR-комунікацій; зарубіжний та вітчизняний досвід використання PR-технологій для формування та підвищення позитивного іміджу суб'єкта комунікації; а також сформувати вміння і практичні навички з: визначення основних напрямків і каналів здійснення комунікацій; застосування сучасних PR-технологій у практичній діяльності.

Загальні компетентності :

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

Фахові компетентності :

ФК4. Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефаківців.

Результати навчання за дисципліною

Опанування дисципліною «Комунікативістика» забезпечить наступні результати:

PR 4. На основі інформаційних технологій застосовувати наукові методики збирання, оброблення та інтерпретації даних.

PR 6. Уміти дискутувати й аргументовано відстоювати власну думку для досягнення комунікаційної мети, створення сприятливого суспільного середовища, формування власного іміджу та визнання результатів своєї праці.

PR 12. Володіти навичками цілісного підходу до аналізу проблем, приймати нестандартні рішення, вирішувати проблемні ситуації

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1

Тема 1. Застосування комунікативної стратегії в сучасній практиці

Умови функціонування людини і суспільства в ХХІ сторіччі. Значення комунікації для сучасної людини. Етапи комунікаційної революції. Визначення комунікативістики. Об'єкт та предмет дисципліни. Функції та принципи Комунікативістики. Відмінності комунікативних стратегій від споріднених видів діяльності

Література: основна (1,4,7, 12,) додаткова (13, 14, 15, 16)

Тема 2. Підготовка комунікативної стратегії

Складові комунікативної стратегії: визначення та аналіз проблеми, планування і програмування; дія і комунікація; оцінка ефективності та корегування дії.

Література: основна (1,3,4,7, 12,13,14) додаткова (6, 9,, 10, 13, 14, 15, 16)

Тема 3. Розробка комунікативної стратегії

Розробка комунікативної стратегії: аналіз ситуації, проведення досліджень; постановка цілей та завдань; визначення цільових аудиторій; складання плану дій; підходи та принципи формування бюджету PR -кампанії; визначення ресурсів PR -кампанії; показники ефективності PR -кампанії. Основні принципи оцінки ефективності PR -діяльності.

Складові PR - оцінки. Способи вимірювання ефективності PR -діяльності. Оцінка основних підсумків і наслідків PR -кампанії. PR -аудит: основні напрями, цілі, критерії дослідження.

Література: основна (1,3,4,7, 12,13,14) додаткова (6, 9,, 10, 13, 14, 15, 16)

Тема 4. Цільові аудиторії. повідомлення для кожної окремої цільової аудиторії

Поняття громадськості: визначення, ознаки громадськості. Підходи до типологізації груп громадськості; зовнішня і внутрішня громадськість. Визначення цільових/пріоритетних груп громадськості. Специфіка PR -роботи з цільовими групами громадськості по всім сферам застосування PR. Громадськість і аудиторія в PR.

Література: основна (1,3,4,7, 12,13,14) додаткова (6, 9,, 10, 13, 14, 15, 16)

Тема 5. Розробка комунікативної стратегії в кризовій ситуації

Типологія криз. Стадії розвитку криз. Розробка плану PR-дій компанії в кризовій ситуації. PR-способи управління репутацією під час кризи.

Література: основна (1,3,4,7, 12,13,14) додаткова (6, 9,, 10, 13, 14, 15, 16)

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

| Назви змістових модулів і тем | Кількість годин | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------|--------------|-----------|-----|-----------|-----------|--------------|--------------|----------|-----|-----|-----------|
| | денна форма | | | | | | Заочна форма | | | | | |
| | усього | у тому числі | | | | | усього | у тому числі | | | | |
| | | л | пр | лаб | інд | с.р. | | л | пр | лаб | інд | с.р. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. | | | | | | | | | | | | |
| 1. Застосування комунікативної стратегії в сучасній практиці | 18 | 4 | 2 | | 6 | 6 | 16 | | | | | 16 |
| 2. Підготовка комунікативної стратегії | 18 | 4 | 2 | | 6 | 6 | 18 | 2 | | | | 16 |
| 3. Розробка комунікативної стратегії | 18 | 4 | 2 | | 6 | 6 | 20 | 2 | 2 | | | 16 |
| 4. Цільові аудиторії. повідомлення для кожної окремої цільової аудиторії | 18 | 4 | 2 | | 6 | 6 | 20 | 2 | 2 | | | 16 |
| 5. Розробка комунікативної стратегії в кризовій ситуації | 18 | 4 | 2 | | 6 | 6 | 16 | | | | | 16 |
| Разом за змістовим модулем 1 | 90 | 20 | 10 | - | 30 | 30 | 90 | 6 | 4 | - | - | 80 |
| Усього годин | 90 | 20 | 10 | - | 30 | 30 | 90 | 6 | 4 | - | - | 80 |

5. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

| № з/п | Назва теми | Кількість годин | |
|-------|---|-----------------|----------|
| | | д.ф.н | з.ф.н |
| 1. | Застосування комунікативної стратегії в сучасній практиці | 2 | - |
| 2. | Підготовка комунікативної стратегії | 2 | - |
| 3. | Розробка комунікативної стратегії | 2 | 2 |
| 4. | Цільові аудиторії. повідомлення для кожної окремої цільової аудиторії | 2 | 2 |
| 5. | Розробка комунікативної стратегії в кризовій ситуації | 2 | - |
| | Разом | 10 | 4 |

6. САМОСТІЙНА РОБОТА

| № з/п | Назва теми | Кількість годин | |
|-------|---|-----------------|-----------|
| | | д.ф.н | з.ф.н |
| 1. | Застосування комунікативної стратегії в сучасній практиці | 6 | 16 |
| 2. | Підготовка комунікативної стратегії | 6 | 16 |
| 3. | Розробка комунікативної стратегії | 6 | 16 |
| 4. | Цільові аудиторії. повідомлення для кожної окремої цільової аудиторії | 6 | 16 |
| 5. | Розробка комунікативної стратегії в кризовій ситуації | 6 | 16 |
| | Разом | 30 | 80 |

7. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ОПРАЦЮВАННЯ ТЕМ ДИСЦИПЛІНИ

| Назва теми | Зміст завдання для відпрацювання пропущених занять і невиконаних завдань | Форми контролю | Література | Кількість балів |
|--|---|--|--|-----------------|
| Змістовий модуль 1: | | | | |
| Тема 1. Застосування комунікативної стратегії в сучасній практиці Умови функціонування людини і суспільства в ХХІ сторіччі. Значення комунікації для сучасної людини. Етапи комунікаційної революції. Визначення комунікативістики. Об'єкт та предмет дисципліни. Функції та принципи Комунікативістики. Відмінності комунікативних стратегій від споріднених видів діяльності | Діагностичне тестування Взаємооцінювання (peer assessment) Захист презентацій Розв'язування ситуаційних завдань Самостійне виконання студентами ситуаційних вправ на практичних заняттях та їх обговорення. | Теоретичне усне опитування або міні-тест | <i>основна (1,4,7, 12,) додаткова (13, 14, 15, 16)</i> | 12 |
| Тема 2. Підготовка комунікативної стратегії Складові комунікативної стратегії: визначення та аналіз проблеми, планування і програмування; дія і комунікація; оцінка ефективності та корегування дії. | Діагностичне тестування Взаємооцінювання (peer assessment) Захист презентацій Розв'язування ситуаційних завдань Самостійне виконання студентами ситуаційних вправ на практичних заняттях та їх обговорення. | Теоретичне усне опитування або міні-тест | <i>основна (1,3,4,7, 12,13,14) додаткова (6, 9,, 10, 13, 14, 15, 16)</i> | 12 |
| Тема 3. Розробка комунікативної стратегії Розробка комунікативної | Діагностичне тестування Взаємооцінювання | Опитування, тестовий контроль. | <i>основна (1,3,4,7, 12,13,14)</i> | 12 |

| | | | | |
|---|--|---|--|-----------|
| <p>стратегії: аналіз ситуації, проведення досліджень; постановка цілей та завдань; визначення цільових аудиторій; складання плану дій; підходи та принципи формування бюджету PR - кампанії; визначення ресурсів PR - кампанії; показники ефективності PR - кампанії. Основні принципи оцінки ефективності PR - діяльності. Складові PR - оцінки. Способи вимірювання ефективності PR - діяльності. Оцінка основних підсумків і наслідків PR - кампанії. PR - аудит: основні напрями, цілі, критерії дослідження.</p> | <p>(peer assessment) Захист презентацій Розв'язування ситуаційних завдань Самостійне виконання студентами ситуаційних вправ на практичних заняттях та їх обговорення.</p> | <p>Кейс-метод (аналіз педагогічних ситуацій)</p> | <p><i>додаткова</i> (6, 9,, 10, 13, 14, 15, 16)</p> | |
| <p>Тема 4. Цільові аудиторії. повідомлення для кожної окремої цільової аудиторії Поняття громадськості: визначення, ознаки громадськості. Підходи до типологізації груп громадськості; зовнішня і внутрішня громадськість. Визначення цільових/пріоритетних груп громадськості. Специфіка PR -роботи з цільовими групами громадськості по всім сферам застосування PR. Громадськість і аудиторія в PR.</p> | <p>Діагностичне тестування Взаємооцінювання (peer assessment) Захист презентацій Розв'язування ситуаційних завдань Самостійне виконання студентами ситуаційних вправ на практичних заняттях та їх обговорення.</p> | <p>Опис ідеї власного дослідження</p> | <p><i>основна</i> (1,3,4,7, 12,13,14) <i>додаткова</i> (6, 9,, 10, 13, 14, 15, 16)</p> | <p>12</p> |
| <p>Тема 5. Розробка комунікативної стратегії в кризовій ситуації Типологія криз. Стадії розвитку криз. Розробка плану PR-дій компанії в кризовій ситуації. PR-способи управління репутацією під час кризи.</p> | <p>Діагностичне тестування Взаємооцінювання (peer assessment) Захист презентацій Розв'язування ситуаційних завдань Самостійне виконання студентами ситуаційних вправ на практичних заняттях та їх обговорення.</p> | <p>Опитування, тестовий контроль. Кейс-метод (аналіз педагогічних ситуацій)</p> | <p><i>основна</i> (1,3,4,7, 12,13,14) <i>додаткова</i> (6, 9,, 10, 13, 14, 15, 16)</p> | <p>12</p> |

8. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Тема 1. Основні принципи оцінки ефективності PR -діяльності.

Розробка комунікативної стратегії: аналіз ситуації, проведення досліджень; постановка цілей та завдань; визначення цільових аудиторій; складання плану дій; підходи та принципи формування бюджету PR -кампанії; визначення ресурсів PR -кампанії; показники ефективності PR -кампанії. Основні принципи оцінки ефективності PR -діяльності. Складові PR - оцінки. Способи вимірювання ефективності PR -діяльності. Оцінка основних підсумків і наслідків PR -кампанії. PR -аудит: основні напрями, цілі, критерії дослідження.

Тема 2. Поняття громадськості: визначення, ознаки громадськості.

Поняття громадськості: визначення, ознаки громадськості. Підходи до типологізації груп громадськості; зовнішня і внутрішня громадськість. Визначення цільових/пріоритетних груп громадськості. Специфіка PR -роботи з цільовими групами громадськості по всім сферам застосування PR. Громадськість і аудиторія в PR.

Тема 3. Моніторинг ЗМІ.

Загальні правила роботи із ЗМІ. Комунікаційні переваги та недоліки. Показники діяльності ЗМІ в Україні. Специфіка електронних, друківаних та мультимедійних ЗМІ для поширення медіа-матеріалів. Медіапланування. Моніторинг ЗМІ. Підготовка до інтерв'ю, специфіка проведення інтерв'ю з різ ними засобами масової інформації. Публічний виступ. Типи публічних промов. Техніки підготовки спікера до виступу. Особливості подачі інформації під час виступів. Закони сприйняття інформації аудиторією.

Тема 4. Основні етапи формування іміджу організації.

Імідж: визначення, складові, характеристики, функції іміджу. Репутація в комунікативній стратегії. Технології управління репутацією. Імідж і репутація: спільне і відмінне. Імідж керівника. Поняття іміджу керівника. Типи іміджу керівника. Складові іміджу керівника. PR-способи формування, підвищення іміджу керівника: оцінка іміджу. Імідж організації: основні ознаки, особливості та структура. Основні етапи формування іміджу організації.

Тема 5. Співпраця із ЗМІ під час кризи

Типологія криз. Стадії розвитку криз. Розробка плану PR-дій компанії в кризовій ситуації. PR-способи управління репутацією під час кризи. Співпраця із ЗМІ під час кризи. Основні принципи PR в кризових ситуаціях. Стратегії відновлення після кризи. Правила антикризового менеджменту. Спеціальні заходи під час кризи.

Разом індивідуальної роботи – 30 годин.

9. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Інтерактивні лекції, евристичне навчання, кейс-метод, лекції-дискусії, мозковий штурм, обмін думками (think-pair-share), практико-орієнтоване навчання, творчий метод, тренінги в активному режимі

10. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Індивідуальне опитування, фронтальне опитування, тестова перевірка знань, поточні контрольні роботи, підсумковий контроль (екзамен).

6. ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Розкрийте зміст поняття “повідомлення” та якими засобами воно може бути передано.
2. Перерахуйте фактори, які впливають на ступінь довіри аудиторії до інформації та на тривалість впливу інформації, і від яких залежить результат інтерпретації отриманого повідомлення?
3. Дайте визначення поняттю “код”.
4. Охарактеризуйте сутність використання знаків у комунікативному процесі.
5. Розкрийте сутність екзистенціалізму та окресліть роль, яку він відіграє в публічній комунікації.
6. Назвіть основні елементи комунікаційного процесу та опишіть їх призначення.
7. Окресліть сутність процесу декодування.
8. Розкрийте сутність персоналізму та окресліть роль, яку він відіграє в публічній комунікації.
9. В чому полягає відмінність моделі комунікації у Лассуелла та М. де Флера?

10. Розкрийте сутність поняття “знак” та чим є цифри й букви в процесі обміну інформацією.
11. Охарактеризуйте основні властивості умовних та образотворчих (іконічних) знаків.
12. У чому полягає головне завдання семіотики?
13. Розкрийте принципові положення теорії кодування/декодування Холла для організації ефективного комунікаційного процесу публічних службовців.
14. Розкрийте зміст поняття “повідомлення”, його основні характеристики, важливі для діяльності публічного службовця та вкажіть ключові елементи, на які необхідно звертати увагу при передачі повідомлення.
15. Дайте характеристику поняттю “канал комунікації” та вкажіть, які канали комунікації Ви знаєте?
16. Наведіть приклади природних та штучних комунікаційних каналів.
17. Що є основним індикатором результативності комунікації? Відповідь обґрунтуйте.
18. Відомо, що часткова зміна поглядів і поведінки одержувача інформації, можлива в тому випадку, якщо його погляди і установки нестійкі, якщо існують прогалини в знаннях у відповідних областях. Як повинні формувати публічні службовці свої повідомлення, щоб донести до людей необхідність реформування тієї чи іншої сфери чи галузі?
19. Характеристики аудиторії (отримувача інформації) мають особливе значення для результативності комунікації. Назвіть основні характеристики аудиторії (спеціалізованої, масової).
20. Обґрунтуйте, чому зворотній зв'язок в ході соціальної комунікації відмінний чи аналогічний процесам зворотного зв'язку в інших системах?
21. Чи вірне твердження, що для підвищення ефективності комунікації негативний зворотний зв'язок має навіть більше практичне значення, ніж позитивний. Відповідь обґрунтуйте.
22. Опишіть у яких формах можуть проводитися консультації з громадськістю.
23. У комунікативістиці виділяють чотири типи бар'єрів: фонетичний, семантичний, стилістичний, логічний. Розкрийте основні характеристики кожного з них.
24. Поясніть мету проведення консультацій з громадськістю.
25. Назвіть та розкрийте сутність комунікативних бар'єрів, обумовлених факторами зовнішнього середовища, що створюють дискомфортні умови передачі і сприйняття інформації (акустичні, температурні тощо).
26. Охарактеризуйте “людські” бар'єри комунікації (психофізіологічні та соціокультурні).
27. Коротко опишіть найбільш поширені форми психологічного бар'єру та їх наслідки для публічної комунікації.
28. Розкрийте суть феномену “групової (громадської) свідомості” та його роль в публічній комунікації.
29. Дайте характеристику лінгвістичним та семантичним бар'єрам культурної комунікації.
30. Опишіть порядок організації та проведення публічного громадського обговорення.

12. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

| Поточне тестування та самостійна робота | | | | | Підсумковий тест (залік) | Сума |
|---|----|----|----|----|--------------------------|------|
| Змістовий модуль 1 | | | | | | |
| T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | 40 | 100 |
| 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | | |

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ECTS | Оцінка за національною шкалою | |
|--|-------------|--|------------|
| | | для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |
| 90 – 100 | A | відмінно | |
| 82-89 | B | добре | |
| 74-81 | C | | |
| | | зараховано | |

| | | | |
|-------|-----------|--|---|
| 64-73 | D | задовільно | |
| 60-63 | E | | |
| 35-59 | FX | незадовільно з можливістю повторного складання | не зараховано з можливістю повторного складання |
| 0-34 | F | незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |

13. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Опорні конспекти лекцій.
2. Інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення.
3. ТЗН.
4. Навчальні демонстрації.
5. Комп'ютерне забезпечення.

14. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА БАЗОВА

Основні джерела:

1. Гудков Д.Г. Алгоритм сприйняття тексту та культурна комунікація. К, 2011.
2. Державний класифікатор управлінської діяльності [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.vobu.com.ua/Classifier/>
3. Кеннеди Гевин. Переговори. Полный курс / Г. Кеннеди. – М. : “Альпина Паблишер”, 2018. – 392 с.
4. Климанська Л.Д. Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної “кухні” : монографія / Л.Д.Климанська. – Львів : Вид. нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2007. – 332 с.
5. Колотилова Н.А., Сагач Г.М. Ділова риторика: мистецтво риторичної комунікації. – К., 2017.
6. Конвенція про доступ до інформації, участь громадськості в процесі прийняття рішень та доступ до правосуддя з питань, що стосуються довкілля (Орхуська Конвенція) : Конвенцію ратифіковано Законом України №832-ХІV від 06 липня 1999 р.
7. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://www.essuir.sumdu.edu.ua>
8. Королька В.Г. Основи Паблік рилейшнз. Київ, 2000.
9. Олійник О.Б. Сучасна ділова риторика. – К., 2015. 13.Про доступ до публічної інформації [Електронний ресурс]: Закон України від січн. 2011 р. № 2939-VI. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2939/2011-%D0%B2%D1%80>
10. Про затвердження плану заходів щодо реалізації Концепції створення Національного контактного центру [Електронний ресурс]: Розпорядження КМУ від 02 березн. 2016 р. № 182-р. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/182%D0%B2%D1%80>
11. Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики [Електронний ресурс]: Постанова КМУ від 03 листоп. 2010 р. №996. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>
12. Публічна комунікація і ділова мова в публічному управлінні [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua/pages/osn/files>
13. Романенко Є. О. Публічна комунікація як засіб транспарентності державного управління / Є.О. Романенко [Електронний ресурс]: – Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/cgiirbis_64_12
14. Стацевич Е., Гуленков К., Сорокина И. Манипуляции в деловых переговорах. Практика противодействия. – М. : “Альпина Паблишер”, 2014. – 152 с.
15. Типове положення про громадську раду при міністерстві, іншому центральному органі виконавчої влади, Раді міністрів Автономної Республіки Крим, обласній, Київській та Севастопольській міській, районній, районній у м. Києві та Севастополі державній

адміністрації [Електронний ресурс]: затверджено постановою КМУ від 03 листоп. 2010 р. №996. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>

Фінклер Ю. Мас-медіа та влада: технологія взаємин. – Львів: Аз-Арт, 2018. 21.
Gerbner G. Toward a general model of communication // Audio-Visual Communication Review. Vol. 4. 2018

ДОПОМІЖНА:

1. Афиногенова В. А. Интенциональная организация речевого взаимодействия в неформальном повседневном дискурсе / дисс.канд. психол. наук 19.00.01, 2015. – 234 с.

2. Даймонд С. Переговоры, которые работают. 12 стратегий, которые помогут вам получить больше в любой ситуации. – “Манн, Иванов и Фербер”, 2015.

3. Дунев А.И. Интент-анализ педагогического дискурса / А.И.Дунев // Вестник Челябинского государственного университета. – Челябинск: ЧелГУ, 2015.

4. Егоров Вячеслав. Искусство переговоров / В.Егоров. – 2016.

5. Зовнішнє мовлення [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.uk.m.wikipedia.org>

6. Интент-анализ // Учебный словарь терминов рекламы и паблик рилейшнз / Сост. И.А.Радченко. – Воронеж: ВФ МГЭИ, 2014.

7. Кэмп Джим. Сначала скажи “нет”: Секреты профессиональных переговорщиков. – “Добрая книга”, 2014.

8. Красных В.В. О чем не говорит “человек говорящий” / В.В.Красных // Лингвокогнитивные проблемы межкультурной коммуникации. М. 1997.

9. Козлов В., Козлова А. Технологический подход к переговорам. – М. : АБФ, Лаборатория Бизнес Тренинга, 2013.

10. Кривонос А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. – СПб: “Петербургское востоковедение”, 2013.

11. Лэкс Д.Э., Себениус Д.К. Переговоры в трех измерениях. – “Добрая книга”, 2013.

12. Нагорна Л. Політична мова і мовна політика. – К.: Світогляд, 2013.

13. Паригін Б.Д. Соціальна психологія. Проблеми методології, історії і теорії. СПб., 1999.

14. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М.: Из-во “Ваклер”, 2015.

15. Соколов О.В. Введення в теорію соціальної комунікації. СПб., 1996.

16. Черрі К. Людина і інформація. М., 1972.

17. Тарасов А.Ф. Введення / Мова і свідомість: парадоксальна раціональність. М., 1993.

18. Шепель В. Настільна книга бізнесмена і менеджера: Управлінська гуманітарологія. М., 1992.

15.ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

- <http://www.nbuv.gov.ua> – Сайт Національної бібліотеки України імені В.Вернадського.
- <http://journlib.univ.kiev.ua> – Електронна бібліотека Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка
- <http://j-school.kiev.ua> — Сайт Могілянської школи журналістики Національного університету “Києво-Могілянська академія”.
- <http://www.telekritika.ua> – Сайт «Телекритика»
- <http://www.mediakrytyka.info> - Сайт “Медіакритика”
- <http://imi.org.ua> - Сайт Інституту Масової Інформації
- <http://www.aup.com.ua> – Сайт Академії Української преси
- <http://irrp.org.ua> – Сайт Інституту розвитку регіональної преси
- <http://en.rsf.org> – Сайт Міжнародної організації «Репортери без кордонів» (Reporters without Borders)
- <http://osvita.mediasapiens.ua> - Медіаосвітній портал “Mediasapiens”