

# Теорія і практика медіа комунікацій

## Теорія і практика медіа комунікацій

- ▶ Філологічний факультет
- ▶ Кафедра української мови та літератури
- ▶ 014 Середня освіта (Українська мова і література)
- ▶ ОП «Середня освіта (Українська мова і література)» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти



- ▶ Біличенко Ольга Леонідівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор
- ▶ Посилання на сторінку кафедри з інформацією про викладача:  
<http://www.slavdpu.dn.ua/index.php/kafedra-ukrainskoi-movy-ta-literatury/sklad-kafedri>
- ▶ E-mail: [olgabelichenko64@ukr.net](mailto:olgabelichenko64@ukr.net)
- ▶ Посилання на дисципліну в системі Moodle:  
<http://ddpu.edu.ua:9090/moodle/course/view.php?id=1319>
- ▶ Розклад консультацій : понеділок 13<sup>00</sup> – 14<sup>00</sup>

- ▶ Курс «Теорія журналістики» спрямований на вироблення у студентів теоретичних орієнтирів, основ підходу до аналізу явищ журналістської практики. Увага зосереджується на співвідношенні теорії й практики медіакомунікацій, формуванні методологічних основ вивчення журналістських дисциплін, ролі наукового знання щодо закономірностей функціонування преси.

- ▶ Метою вивчення навчальної дисципліни «Теорія і практика медіакомунікацій» є підготовка висококваліфікованих фахівців у сфері медіакомунікацій, які можуть ефективно працювати в різних галузях гуманітарної сфери.
- ▶ Основними завданнями вивчення дисципліни «Теорія і практика медіакомунікацій» є:
  - ▶ – прищепити студентам навички теорії аналізу процесу медіакомунікацій, ефективності тих чи інших чинників;
  - ▶ – виявлення перешкод на шляху забезпечення медіакомунікацій та сприйняття, класифікацію, трансляцію і збереження інформації.
  - ▶ – знайомство з технологіями масового спілкування;
  - ▶ – ознайомлення з історією науки про масову комунікацію.
- ▶ За результатами вивчення дисципліни у студентів повинні бути сформовані такі компетентності:
  - ▶ загальні:
    - ▶ - здатність до ефективного комунікування та до представлення складної комплексної інформації у стислій формі усно та письмово, використовуючи інформаційно-комунікаційні технології та відповідні технічні терміни.
  - ▶ спеціальні:
    - ▶ - здійснення комунікативного аудиту (збір, обробка, аналіз, систематизація, узагальнення інформації);
    - ▶ - володіння методами проведення соціологічних та маркетингових досліджень;
    - ▶ - виявлення джерел інформації, їх аналіз, забезпечення надійності та достовірності інформації;
    - ▶ - визначення мети та завдань медійних проектів та критеріїв ефективності їх реалізації;
- ▶ - розробка комунікаційної стратегії та комунікаційної політики установ;
- ▶ - визначення ефективних комунікаційних технології, моделей, каналів;
- ▶ - здійснення медіапланування;
- ▶ - створення медійного продукту (для радіо, телебачення, друкарських видань та Інтернет ресурсів) та управління ними у ЗМІ;
- ▶ - організація та проведення спеціалізованих заходів: пресконференцій, презентацій;
- ▶ - володіння засобами вербального спілкування: публічні виступи, дискусії, консультації тощо.
- ▶ Результати навчання: здатність аналізувати та оцінювати державну комунікативну політику; розробляти стратегію і тактику зв'язків з громадськістю для органів державної влади та органів місцевого самоврядування; формувати проекти стратегій та концепцій комунікативної діяльності публічних органів влади; організовувати комунікативні взаємозв'язки в органах публічної влади та між органами публічної влади і громадянським суспільством у ході розробки та реалізації управлінських рішень; застосовувати основні технології зв'язків із засобами масової комунікації для участі у процесі висвітлення діяльності органу публічної влади; визначати проблемні питання в комунікації органів публічного управління; правильно використовувати мовні засоби офіційно-ділового стилю у сфері публічного управління при індивідуальних і групових мовно-інформаційних комунікаціях.

- ▶ Медіакомунікація як явище.
- ▶ Типи, форми і моделі комунікації. Комуникатори і комуніканти як суб'єкти медіакомунікації.
- ▶ Властивості інформації як базового поняття медіакомунікації.
- ▶ Медіамаркетинг та медіаменеджмент.
- ▶ Сегментація аудиторії.
- ▶ Суспільна думка та медіаінформаційна діяльність.
- ▶ Інформаційна безпека держави та інформаційна війна.