

Назва кафедри	Соціальної роботи і менеджменту соціокультурної діяльності
Назва дисципліни	Соціальні технології впливу та комунікативної дії
Загальна кількість кредитів (годин)	4 (120)
Курс та півріччя, де починається дисципліна	1 курс, 2 семестр
Кількість семестрів, протягом яких вивчається дисципліна	1
Форма навчання, для якої дисципліна пропонується	Денна / заочна
Попередні умови	Вивчення дисциплін: - Соціальна політика України - Економічні основи соціального забезпечення - Волонтерство в системі соціального захисту населення - Теорія і технології соціального забезпечення
Назви спеціальностей, для яких пропонується вивчення дисципліни	231 Соціальна робота 232 Соціальне забезпечення 012 Дошкільна освіта 013 Початкова освіта 053 Психологія 016 Спеціальна освіта
Короткий опис дисципліни	<p>Вивчення дисципліни «Соціальні технології впливу та комунікативної дії» передбачає формування знань прикладного характеру, щодо системи технологій комунікації та їх ефективності, акцентування на умовах і критеріях ефективної комунікації, формування знань про ідеальну модель ефективного спілкування в умовах сучасного постінформаційного суспільства.</p> <p>Завдання курсу</p> <p><i>Теоретичні:</i> сформулювати уявлення про основи прикладних соціально-комунікативних технологій, науковий потенціал цієї галузі соціальних комунікацій; надати знання про структуру, основні напрямки і форми діяльності у галузі соціально-комунікативних технологій; розкрити механізми впливу цих технологій на свідомість і підсвідомість аудиторії; ознайомити з основними правовими та етичними обмеженнями у відповідній сфері.</p> <p><i>Практичні:</i> оволодіти понятійно-категоріальним апаратом навчальної дисципліни; виробити вміння застосовувати науковий підхід до аналізу і створення конкретної соціокомунікаційної продукції; орієнтуватися у традиційних та нових формах і прийомах прикладних соціально-комунікативних технологій; реалізувати лінгвістичні норми комунікативної ефективності для різних типів комунікації; визначати характеристики цільової аудиторії як споживачів соціально-комунікативних технологій; аналізувати комунікаційну продукцію у контексті продуктивності (відповідності, повноти та глибини) використання соціальних комунікаційних ефектів.</p>