МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

Факультет культурології та соціальних комунікацій
Кафедра цифрових комунікацій та інформаційних технологій

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан факультету культурології
та соціальних комунікацій
_____ Наталя КОРЖИК
27 серпня 2025 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПРИКЛАДНІ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Галузь знань – ___В Культура,_мистецтво_та гуманітарні науки_____

Спеціальність – _В 13 «Бібліотечна, інформаційна та архівна справа»

Освітньо-професійна програма – «Інформаційно-аналітична діяльність»

Рівень вищої освіти – другий (магістерський) рівень вищої освіти

Харків, 2025

Розробник: доктор наук із соціальних комунікацій, професор, професор кафедри цифрових комунікацій та інформаційних технологій ДАВИДОВА Ірина Олександрівна

Мова навчання – українська

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри цифрових комунікацій та інформаційних технологій

Протокол № 1 від «25» серпня 2025 р.
Протокол № 10 від «26» січня 2026 р.

Завідувач кафедри _____ Олена МАР'ЇНА
(підпис) (Власне ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Робоча програма затверджена на засіданні ради факультету культурології та соціальних комунікацій

Протокол № 1 від «27» серпня 2025 р.
Протокол № 6 від «26» січня 2026 р.

Голова ради факультету _____ Наталя КОРЖИК
(підпис) (Власне ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><th rowspan="2">Найменування показників</th><th rowspan="2">Галузь знань, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень</th><th>Характеристика навчальної дисципліни</th></tr>
<tr><th>денна форма навчання</th></tr>
<tr><td rowspan="2">Кількість кредитів – 4</td><td>Галузь знань
В Культура, мистецтво та гуманітарні науки
(шифр і назва)</td><td rowspan="2">Обов’язкова</td></tr>
<tr><td>Спеціальність (напрям підготовки)
В13 «Бібліотечна, інформаційна та архівна справа»
(шифр і назва)</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Індивідуальне науково-дослідне завдання
(назва)</td><td rowspan="3">Освітньо-професійна програма:
Інформаційно-аналітична діяльність</td><td>Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td rowspan="2">1-й</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Загальна кількість годин – 120</td><td>Семестр</td></tr>
<tr><td>1-й</td></tr>
<tr><td rowspan="10">Тижневих годин для денної форми навчання –3
аудиторних – 40
самостійної роботи студента – 80</td><td rowspan="10">Рівень вищої освіти
другий (магістерський)</td><td>Лекції</td></tr>
<tr><td>14 год.</td></tr>
<tr><td>Практичні</td></tr>
<tr><td>18 год.</td></tr>
<tr><td>Семінарські</td></tr>
<tr><td>8 год.</td></tr>
<tr><td>Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>80 год.</td></tr>
<tr><td>Вид контролю:</td></tr>
<tr><td>екзамен</td></tr>
</table>

Примітка.
Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної роботи становить:
для денної форми навчання – 40/80

1. Мета і завдання навчальної дисципліни

«Прикладні соціокомунікаційні технології» (ПСКТ) – навчальна дисципліна, яка в контексті сучасних досягнень інформаційної сфери, теорії соціальних технологій та соціальних комунікацій посилює професійну підготовку магістрів спеціальностей документально-комунікаційного циклу.

Мета навчальної дисципліни – ознайомлення магістрів із теоретичними та методологічними основами, складовими та структурою соціально-комунікаційних технологій: управлінськими технологіями, освітніми, політичними, антикризовими, інформаційними тощо; окреслення напрямів їх розвитку в умовах формування цифрового суспільства.

Навчальна дисципліна «Прикладні соціокомунікаційні технології» є обов'язковою для підготовки фахівців за освітньою програмою «Інформаційно-аналітична діяльність», вона формує комплекс загальних та спеціальних компетентностей, необхідних для організації фахових комунікацій в управлінській, освітній, соціокультурній, інформаційній діяльності на різних рівнях.

Обсяг дисципліни в кредитах ЄКТС та його розподіл у годинах за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять – 120.

Статус дисципліни: обов'язкова.

Загальні та фахові компетентності, які формує дисципліна (відповідно до освітньо-професійної програми).

Загальні компетентності (ЗК)	ЗК2). Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК4). Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.
Фахові (спеціальні) компетентності (СК)	СК6) Здатність застосовувати комп'ютерні технології з метою вдосконалення професійної діяльності, розуміти принципи проектування та функціонування автоматизованих БД, семантичного вебу, веб-сервісів та соціальних медіа. СК9). Здатність організовувати та реалізовувати маркетингову діяльність інформаційних установ.
Програмні результати навчання	ПРН 4. Застосовувати технології створення та підтримки функціонування електронних бібліотек та архівів, вивчення та задоволення інформаційних потреб користувачів. ПРН 8. Створювати та реалізовувати затребувані споживачами інформаційні продукти та послуги. ПРН 9. Здійснювати маркетингові дослідження ринку інформаційних продуктів та послуг. ПРН 10. Використовувати прикладні соціокомунікативні технології для організації ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва. ПРН 11. Застосувати законодавчі та нормативні документи, що регулюють функціонування інформаційної сфери. ПРН 14. Використовувати методи проведення експертизи цінності, систематизації, обліку документів та формування архівних фондів. ПРН 17. Використовувати цифрові інструменти для підвищення ефективності навчального процесу, дотримуватися норм академічної доброчесності та професійної етики у педагогічній діяльності, формувати у здобувачів освіти відповідальне ставлення до навчання та наукової роботи.

2. Програма навчальної дисципліни

Розділ 1
Соціально-комунікаційні технології в інформаційному суспільстві

Тема 1. Сутність та значення соціально-комунікаційних технологій.

Соціально-комунікаційні технології як умова сталого розвитку суспільства й об'єкт досліджень соціальних комунікацій. Основи теорії соціально-комунікаційних технологій. Фактори технологізації сучасного соціуму. Визначення сутності соціально-комунікаційних технологій. Умови технологізації процесів. Сутнісно-змістовні аспекти соціально-комунікаційних технологій. Класифікація СКТ. Основні властивості і функції соціально-комунікаційних технологій. Глобальна технологізація суспільства.

Тема 2. Концептуальна еволюція теорії соціально-комунікаційних технологій

Становлення наукових засад соціально-технологічної діяльності. Причини соціальних змін: Г. Спенсер, Р. Бокль, Т. Мальтус, Ф. Ніцше, М. Вебер, Р. Мертон. Методи соціоінженерної діяльності. Праксеологія як галузь наукових знань (С.Лем, К. Поппер, А. Тоффлер, Н. Стефанов). Концепції антропоцентризму, соціоцентризму, інтегративний напрям. Людина, особистість, соціальна група, держава, соціальний простір як об'єкт; можливості і якість соціальної технологізації суспільної діяльності як предмет теорії соціально-комунікаційних технологій. Явище соціальної інженерії (Г. Почепцов, О. Холод). Процеси й моделі соціальної інженерії.

Розділ 2.
Технологізація інформаційно-когнітивних процесів

Тема 3. Соціальний інжиніринг у системі соціокомунікаційних технологій

Соціальний інжиніринг як наукове та прикладне поняття. Соціальний інжиніринг як система соціокомунікаційного впливу (переконання, пропаганда, маніпуляція). Соціальні технології в сучасному суспільстві. Класичні технології впливу. PR та реклама як технології соціального інжинірингу. Класифікація глобальних соціальних технологій. Технології глобальної модернізації. Технології вирішення глобальних проблем: безпека, екологія, демографія, боротьба з технологічною відсталістю та бідністю. Технології взаємодії з оточуючим середовищем та відновлення глобальних балансів. Технології гуманізації культури. Навчальні технології як комплекс освітніх, педагогічних, виховних технологій.

Тема 4. Інформаційні кампанії та просування культурного продукту

Технології організації інформаційних кампаній. Популяризація культурного продукту (книги, виставки, архівні колекції, цифрові ресурси). Комунікаційна стратегія документно-інформаційних установ: бібліотек, архівів. Брендинг культурної установи. PR та реклама як технології просування культурного продукту. Оцінка ефективності кампаній.

Тема 5. Цифрові соціокомунікаційні технології

Цифрові комунікації та медіасередовище: поняття та еволюція. Основні характеристики цифрової комунікації. Цифрові платформи як середовище комунікації. Типи цифрового контенту, технології його створення та поширення. Цифровий маркетинг як технологія комунікації з

користувачем. Особливості цифрової аудиторії. Інноваційні цифрові технології та їх застосування в діяльності документно-інформаційних установ. Ризики та виклики цифрового середовища.

Тема 6. Інформаційні війни і проблема їх технологізації

Стратегічне інформаційне протиборство. Визначення інформаційної війни як технології використання і управління інформацією з метою набуття конкурентних переваг над супротивником. Завдання і мета інформаційної війни. Форми сучасних інформаційних війн. Методи і засоби ведення інформаційних війн. Інформаційна зброя. Інформаційні операції.

Кібервійна, психологічна війна, радіоелектронна боротьба, мережева війна.

Розділ 3.
Технології управління документно-інформаційними установами суспільства

Тема 7. Технології людського капіталу

Технології управління персоналом. Класифікація технологій управління персоналом. Адміністративні, економічні, організаційні, соціально-психологічні технології управління персоналом. Процедури оцінки персоналу. Теорія мотивації А. Маслоу. Командна праця. Поняття команди, її ознаки і особливості. Технологія формування команди. Критерії ефективності команди.

Технології підвищення кваліфікації персоналу. Технології управління кар'єрою. Метод SMART – технологія формулювання мети. Типи кар'єри: внутрішньо організаційна, між організаційна; вертикальна-горизонтальна. Життєвий цикл кар'єри. Технологія співбесіди.

Тема 8. Соціокомунікаційні управлінські технології

Визначення управлінських технологій. Становлення та розвиток технологій управління. Загальна класифікація управлінських технологій. Технології прийняття рішень, технології проєктування, технології управлінського контролінгу. Класифікація стилів керівництва. Технології авторитарного, демократичного і ліберального управління. Тенденції розвитку технологій сучасного менеджменту.

Тема 9. Антикризові технології управління

Проблеми й кризи в житті суспільства й установи. Сутність проблем і криз. Визначення кризової ситуації. Управління кризовими й проблемними ситуаціями. Технологія управління кризою. Діяльність споукперсони. Відносини з засобами масової інформації. Технологія ефективного реагування на кризу. Засоби забезпечення інформаційної безпеки підприємства. Державна, комерційна таємниця. Конфіденційна інформація. Технології захисту інформації.

Тема 10. Технології формування іміджу

Імідж установи як напрям ПР-діяльності. Види іміджу: дзеркальний, поточний, особистісний, корпоративний. Імідж і репутація. Складові іміджу. Елементи фірмового стилю. Фірмовий знак. Дизайн приміщення. Технології формування корпоративної культури: визначення місії установи, базових цінностей; формування стандартів поведінки членів установи; формування традицій; розробка символіки. Принципи формування корпоративної культури.

3. Структура навчальної дисципліни

№ з/п	Назва розділів, тем	Усього годин	Лекцій	Сем.	Пр.	Сам. роб.	
1	2	3	4	5	6	7	8
Розділ 1. Соціально-комунікаційні технології в інформаційному суспільстві							
1	Тема 1. Сутність та значення СКТ. Межі технологізації суспільства	9	1			8	
2	Тема 2. Концептуальна еволюція теорії соціально-комунікаційних технологій	9	1	2		6	
Розділ 2. Технологізація інформаційно-когнітивних процесів							
3.	Тема 3. Соціальний інжиніринг у системі соціокомунікаційних технологій	11	1	2	2	6	
4.	Тема 4. Інформаційні кампанії та просування культурного продукту	15	1		4	10	
5.	Тема 5. Цифрові соціокомунікаційні технології	14	2		2	10	
6.	Тема 6. Інформаційні війни і проблема їх технологізації	16	2		4	10	реферат
Розділ 3. Комунікаційні технології в управлінні							
7.	Тема 7. Технології людського капіталу	6	1			5	
8.	Тема 8. Соціокомунікаційні управлінські технології	16	2	2	2	10	
9.	Тема 9. Антикризові технології управління	8	1	2		5	
10.	Тема 10. Технології формування іміджу	16	2		4	10	реферат
	Усього	**120**	**14**	**8**	**18**	**80**	**екзамен**

Теми семінарських занять

№ з/п	**Назва теми**	**Кількість годин**
1	Історія розвитку теорії соціально-комунікаційних технологій	2
2	Соціальний інжиніринг у цифровому середовищі	2
3	Розвиток управлінських технологій в Україні та світі.	2
4	Інформаційні війни третього тисячоліття. Антикризові технології	2
	Усього	**8**

Теми практичних робіт

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Аналіз цифрових технологій переконання та навіювання	2
2	Створення рекламної кампанії документно-інформаційної установи	4
3	Аналіз технологій управління масовою свідомістю	2
4	Ризики та загрози інформаційних впливів в мережевій комунікації	4
5	Розробка управлінського рішення для інформаційної установи	2
6	Створення іміджевого профілю ДІУ в соціальних медіа	4
	Усього	**18**

Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Класичні та інноваційні освітні технології	8
2	Аналіз теорії цифрової трансформації комунікацій	6
3	Теорія соціального інжинірингу Різуна.	6
4	Брендинг ДІУ в системі медіакомунікацій	10
5	Антикризові технології в економіці, екології, управлінні	10
6	Дослідження феномену інформаційних війн. Аналіз методів та засобів їх ведення	10
7	Дослідження особливостей технологій формування людського капіталу	5
8	Сучасні технології захисту внутрішньо фірмової інформації.	10
9	Оптимізація управлінських технологій в ДІУ	5
10	Технології формування корпоративної культури.	10
	Усього	**80**

7. Методи навчання

Використовуються такі методи: проблемно-орієнтоване навчання; пояснювально-ілюстративний метод; проблемно-пошукові методи; дискусійні та дебатні методи; аналіз кейсів; порівняльний аналіз; робота з науковими текстами; елементи дослідницького навчання

Самостійна робота здобувачів спрямована на поглиблення та систематизацію теоретичних знань, розвиток навичок критичного аналізу наукових джерел, формування здатності до самостійної науково-дослідної роботи.

Форми контролю

№ з/п	Вид контролю	Методи контролю
1.	Поточний	1) усне опитування, дискусія на семінарських заняттях; 2) перевірка доповідей та повідомлень за темами семінарських занять;

		3) оцінювання індивідуальних завдань (аналітичні огляди, рефлексивні тексти, есе); 3) оцінка презентації результатів самостійної роботи; 4) оцінка рефератів.
4.	Підсумковий контроль	Екзамен

Підсумковий контроль. Екзамен. Підсумковий контроль знань передбачений у формі співбесіди за теоретичною складовою, проводиться з метою оцінювання результатів навчання після закінчення вивчення дисципліни. Співбесіда триває 0,5 год. і містить питання з програми дисципліни.

Завдання, передбачені програмою, мають бути виконанні вчасно у встановлені терміни. Під час виконання роботи не допустимо порушення академічної доброчесності. Виступи та презентації мають бути авторськими та оригінальними.

Умовами опанування ОК «Прикладні соціокомунікаційні технології» є:

- систематичне виконання усіх поставлених завдань;
- дотримання «Правил внутрішнього розпорядку для осіб, які здобувають вищу освіту в Харківській державній академії культури»: (https://ic.ac.kharkov.ua/norm_base/pvr/pravila_s_20.pdf);
- дотримання академічної доброчесності (інформація щодо академічної доброчесності – сайт ХДАК – https://ic.ac.kharkov.ua/public_inf/acad_dobr/acad_dobr.html;
- «Кодекс академічної доброчесності Харківської державної академії культури» (https://ic.ac.kharkov.ua/norm_base/kodeks_ad/kodeks_ad.html;
- запобігання / протидія булінгу (цькуванню) – «Положення про політику запобігання і протидії булінгу (цькуванню) у ХДАК» https://ic.ac.kharkov.ua/public_inf/pologen/pologen/pologen_pzpb22.pdf
- невідкладне вирішення конфліктних ситуацій здійснюється відповідно до «Положення про політику і процедури вирішення конфліктних ситуацій в освітньому процесі в ХДАК» https://ic.ac.kharkov.ua/public_inf/pologen/pologen/pologen_ppvks2.pdf
- визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти здійснюється відповідно до «Положення про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти у ХДАК» https://ic.ac.kharkov.ua/public_inf/pologen/pologen/pologen_pvrn_23.pdf.

Розподіл балів, які отримують студенти

Можлива кількість балів, набраних до підсумкової форми контролю: 60, екзамен – до 40 балів.

Розділ 1		**Розділ 2**				**Розділ 3**				Екзамен	Разом
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9	Т10	40	100
2	5	8	5	5	10	2	8	5	10		

Розподіл балів за формами контролю:

Підсумковий контроль — 40 балів
Реферат — 5 балів
Доповідь на семінарському занятті — 3 бали
Звіт про практичну роботу — 3 бали
Звіт про самостійну роботу — 2 бали

За виступ з доповіддю в рамках неформальної освіти додаються додаткові бали.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики
90 – 100	**A**	відмінно
82-89	**B**	добре
74-81	**C**	
64-73	**D**	задовільно
60-63	**E**	
35-59	**FX**	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	**F**	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

9. Навчально-методичне забезпечення

НМКД в авторському класі та на платформі Moodle.

10. Рекомендована література

Основна література

1. Бєлофастова Т., Дьяченко Р. Комунікаційні технології: пошук оптимальних рішень взаємодії з аудиторією .Інтегровані комунікації. 2025. №23 URL : https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/55777/1/T_Bielofastova_R_Diachenko_%D0%86K_20_FJ.pdf
2. Лись Д. А. Еволюція комунікаційних технологій: соціокультурна трансформація людини в цифрового користувача . Культурологічний альманах. 2025. №1. URL : file:///E:/Downloads/42.pdf
3. Матвієнків С., Сегедин Д. Нові медіа як комунікативні технології XXI століття // Вісник Прикарпатського університету. Політологія. 2025. №22. URL : file:///E:/Downloads/27.pdf
4. Недошитко І. Соціокультурні виміри рекламно-інформаційної діяльності . Вісник Книжкової палати. 2025. №1 (342). URL : file:///E:/Downloads/322828-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-748244-1-10-20250213.pdf

Допоміжна

1. Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання. Київ : Університет «Україна», 2008. 217 с. URL : http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1776_66617386.pdf
2. Братко О. С. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. Тернопіль : Карт-бланш, 2006. 275 с. URL : https://knute.edu.ua/file/MTEyNDI=/2c47ff452b7d1e309a2b464bb07d2467.pdf
3. Зубарєва М. А. Прикладні антикризові PR-технології : навч. посіб. Острог : Видавництво національного університету «Острозька академія», 2014. 162 с. URL : https://eprints.oa.edu.ua/3384/1/Zubareva_150123-20.pdf
4. Кара-Мурза С. Г. Маніпуляція свідомістю : навч. посіб. Вид. друге. Київ : Оріяни, 2006. 528 с. URL : http://www.fhotm.kpi.ua/guest/manipul.pdf
5. Корнєєв В. М. Комунікаційні технології як засоби проектування соціальної дійсності. Наукові записки Інституту журналістики. 2014. Т. 56. С. 176–181 URL : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-

bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nzizh_2014_56_36.pdf.

6. Матвієнко В. Я. Соціальні технології. Київ: Українські пропілеї, 2001. 446 с.

7. Островська Н. В. Треш іміджеві технології в політичних ток-шоу на українському телебаченні. Соціальні комунікації: теорія і практика. Київ, 2016. Т. 3. С. 62–73. URL : http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/937/1/Ostrovska_Trashimage_technologies.pdf

8. Поліщук І. О. Виборчі технології: сутність та різновиди. Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. Харків, 2015. № 4. С. 106–112. URL : http://nauka.nlu.edu.ua/download/filosof/filosof_27.pdf

9. Почепцов Г. Агенти впливу й тексти впливу. Детектор Медіа : веб-сайт. URL : http://osvita.mediasapiens.ua/material/8505.

10. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / В. М. Петрик та ін. ; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. Київ : ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. 248 с. URL : https://mil.univ.kiev.ua/files/29_965691167.pdf

11. Холод О. М. Спічрайтинг : курс лекцій. Київ : КиМУ, 2011. 137 с. URL : https://www.academia.edu/32103272/%D0%A5%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%94_%D0%9E_%D0%9C_%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D1%96_%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%97_2011_doc