

Комунікаційні стратегії презентації наукових результатів

Дисципліна передбачає:

- вивчення особливостей комунікаційних стратегій презентації наукових досліджень;
- глибинне розуміння технік, прийомів, технологій представлення наукових результатів;
- застосування розмаїтого інструментарію для презентації нових наукових знань і досягнень у професійному науковому та масовому середовищах.

Мета вивчення курсу: допомогти науковцям ефективно презентувати результати наукових досліджень.

Структура курсу. Курс складається з двох модулів. У *першому змістовому модулі* (25 % навчального часу) науковці знайомляться із загальними тенденціями презентації наукових досліджень; розглядають стратегії і тактики такої презентації. У *другому змістовому модулі* (75 % навчального часу) вивчаються та апробуються практичні прийоми застосування стратегій при презентації наукових результатів. Зокрема, розглядаються традиційні прийоми і види (участь у конференціях, семінарах, форумах і підготовка тез доповіді, публікація статей у фахових виданнях, презентація), новітні інтерактивні (веб-конференція, часткове висвітлення результатів дослідження у соціальних мережах для науковців чи на електронних форумах, стимулювання дискусії та подальше використання результатів дискусії у роботі), а також технології реалізації інтерактивного представлення (розробка презентацій у PowerPoint, на динамічному інформаційному сервісі Prezi, а також техніка безпосереднього оприлюднення та коментування візуальних зображень).

Вивчення курсу передбачає систематизацію **знань** про:

- 1) комунікаційні стратегії презентації як основний засіб представлення нових наукових знань;
- 2) техніки та технології комунікаційної презентації наукових результатів;
- 3) критерії ефективності презентації наукових знань.

Опанування практичними аспектами курсу передбачає оптимізацію **вмінь**:

- 1) відбирати максимально ефективний прийом презентації наукових знань для кожного окремого випадку;
- 2) застосовувати теоретичні знання про роботу спеціальних інформаційно-комунікаційних і програмних сервісів для виготовлення ефективного продукту відтворення наукових результатів;
- 3) залучати новітні інформаційні системи для апробації та презентації наукових знань; на основі проведених презентацій робити висновки щодо удосконалення і покращання наукових розробок.

Корисні джерела:

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
2. Почепцов Г. Г. Коммуникационные технологи. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 348 с.
3. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы действия. – М.: Рип-холдинг, 2003. – 174 с.
4. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ: Пер. с англ. – М.; СПб; К.: Узд. Дом «Вильямс», 2004. – 426 с.
5. Корнєєв В. М. Підходи до вивчення прихованого текстового впливу // Вісн. Київ. ун-ту. Журналістика. – 2001. – Вип. 9. – С. 75–79.
6. Різун В. В., Непийвода Н. Ф., Корнєєв В. М. Лінгвістика впливу. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. – 148 с.
7. Городенко Л. Теорія мережевої комунікації : монографія / Леся Городенко. – К. : Акад. укр. преси : Центр вільної преси, 2012. – 387 с.