



Зв'язки з громадськістю

Кредити та кількість
годин:

3 ECTS; 90 годин: 20 лекційних, 22 практичних та 48 самостійна
робота; залік

I Опис навчальної дисципліни

В умовах суспільно-політичних трансформацій, утвердження реального політичного плюралізму і становлення інститутів громадянського суспільства особливої ваги набувають технології узгодження інтересів і гармонізації стосунків суб'єктів підприємницької діяльності, комерції, політики, влади з різними групами громадськості. Традиційними та ефективними інструментами соціальних та політичних технологій є паблік рилейшнз. Технології паблік рилейшнз використовуються в усіх сферах життя суспільства, вони стали невід'ємним атрибутом сучасних маркетингових, політичних процесів та виборчих кампаній, а етичні та інституційні аспекти PR-діяльності є предметом постійних дискусій в українському суспільстві та ЗМІ. Тому вивчення теорії реклами й паблік рилейшнз та оволодіння компетентностями застосування принципів і засобів PR є важливим елементом підготовки студентів-журналістів.

II. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни – сформувані у студентів фахові знання про сутність та природу зв'язків з громадськістю, їхню роль у суспільно-політичному процесі, виробити навички самостійного планування PR-кампаній.

Завдання навчальної дисципліни – розвинути та набути такі загальні та спеціальні компетентності:

ЗКО1. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

СК 5. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

СК 9. Здатність взаємодіяти з суспільними та державними інститутами для збору, опрацювання та поширення інформації.

III. Результати навчання

ПРН 02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

ПРН 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.

ПРН 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.

ПРН 21. Ефективно взаємодіяти з суспільними та державними інститутами для збору, опрацювання та поширення інформації.



IV. Програма навчальної дисципліни (структура дисципліни)

№	Теми
1	Сутність зв'язків з громадськістю.
2	Стратегія і тактика діяльності у сфері зв'язків із громадськістю.
3	Ефективні PR- засоби.
4	Різновиди PR.
5	Організація діяльності служб із зв'язків з громадськістю.
6	Керівник пресслужби, прессекретар, речник та їх функції.
7	Інформаційно-комунікаційний інструментарій зв'язків із громадськістю.
8	Основи медіа рилейшнз
9	Антикризові зв'язки з громадськістю
10	Іміджмейкінг у структурі паблік рилейшнз
11	Планування і проведення PR-кампаній

