



Прикладні соціально-комунікаційні технології

Кредити та кількість годин:	3 кредити ЄКТС, 90 годин - денна форма: 18 год. лекційних, 26 год. практичних, 46 год. самостійна робота; залік - заочна форма: 4 год. лекційних, 4 год. практичних, 82 год. самостійна робота; залік
-----------------------------	---

I. Опис навчальної дисципліни

Курс «Прикладні соціально-комунікаційні технології» розкриває сучасний комунікативний інструментарій, знайомить з актуально-практичними та науково-прикладними основами PR- діяльності, з сучасним ринком зв'язків із громадськістю, з основними підходами до організації PR-кампанії, з функціями та посадовими обов'язками спеціалістів з PR, посприяє розумінню студентами сутності соціально-комунікаційних технологій, опануванню студентами соціально-комунікаційних методик подолання кризи. Цей курс розповість та покаже, як можна формувати та змінювати громадську думку, як подати інформацію, щоб отримати резонанс, як покращити імідж, як створити подію так, щоб зацікавилися журналісти, як добитися позитивного ставлення від представників ЗМІ, і, нарешті, що робити, якщо сталася криза. Отриманні знання допоможуть впливати на розвиток суспільства, формувати громадську думку, проваджувати передові тренди

II. Мета та завдання навчальної дисципліни

Ознайомлення з актуально-практичними та науково-прикладними основами PR- діяльності; сприяння розумінню студентами сутності соціально-комунікаційних технологій; вироблення практичних професійних навичок в галузі зв'язків з громадськістю; опанування студентами соціально-комунікаційних методик подолання кризи.

Завдання навчальної дисципліни – розвинути та набути такі компетентності:

Загальні компетентності:

ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, необхідного для розуміння сучасних соціальних і комунікаційних процесів.

ЗК 2. Здатність застосовувати знання на практиці під час розробки та реалізації PR-кампаній і соціальних комунікаційних стратегій.

ЗК 3. Здатність до ефективного комунікування, як усно, так і письмово, для побудови ефективних PR-комунікацій з різними аудиторіями.

ЗК 4. Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел, особливо в умовах кризових ситуацій.

ЗК 5. Здатність працювати в команді, організовувати робочі процеси і брати участь у реалізації колективних PR-проектів.

ЗК 6. Здатність приймати рішення і діяти в нестандартних ситуаціях, зокрема під час подолання кризових комунікаційних викликів.

ЗК 7. Здатність до самостійного навчання та підвищення професійної компетенції у сфері соціально-комунікаційних технологій.

Фахові компетентності:

ФК 1. Здатність аналізувати та використовувати соціально-комунікаційні технології для формування та управління громадською думкою.

ФК 2. Здатність планувати та проводити PR-кампанії з урахуванням методологічних та методичних засад соціальних комунікацій.

ФК 3. Здатність оцінювати ефективність PR-кампаній, використовуючи відповідні інструменти та методи.

ФК 4. Здатність управляти комунікаціями в умовах кризових ситуацій, використовуючи сучасні підходи до кризового менеджменту.

ФК 5. Здатність працювати з інформаційними потоками, створювати інформаційні приводи та управляти комунікацією з медіа.

ФК 6. Здатність приймати креативні рішення та застосовувати інноваційні підходи до розв'язання конкретних завдань у сфері соціальних комунікацій.

ФК 7. Здатність координувати роботу команди PR-спеціалістів та виконувати ключові функції в реалізації комунікаційних стратегій.

III. Результати навчання

Здобувачі освіти оволодіють такими програмними результатами:

ПРН з ОП	Результат навчання, що досягається у межах дисципліни "Прикладні соціально-комунікаційні технології"
ПРН 1. Основні види соціальних комунікацій	Студенти вміють відрізняти напрямки соціальних комунікацій, розуміють їх структуру та різновиди.
ПРН 2. Стандарти професії та вимоги до працівників в галузі соціальних комунікацій	Володіють знаннями щодо стандартів і вимог професії у сфері PR та соціальних комунікацій.
ПРН 3. Методологічні та методичні засади організації PR-кампаній	Здатні використовувати методологічні та методичні засади для розробки та реалізації PR-кампаній.

ПРН з ОП	Результат навчання, що досягається у межах дисципліни "Прикладні соціально-комунікаційні технології"
ПРН 4. Методи формування бюджету PR-кампанії	Вміють планувати бюджет PR-кампаній, оцінюючи витрати та необхідні ресурси.
ПРН 5. Методи оцінювання ефективності PR-кампанії	Володіють навичками оцінювання ефективності PR-кампаній за допомогою ключових показників результативності.
ПРН 6. Особливості роботи з інформацією під час кризи	Вміють працювати з інформаційними потоками під час кризових ситуацій, застосовуючи кризові комунікаційні стратегії.
ПРН 7. Креативні рішення у соціально-комунікативних технологіях	Можуть приймати креативні рішення для вирішення проблем у сфері соціальних комунікацій, використовуючи інноваційні підходи.
ПРН 8. Планування та проведення PR-заходів	Вміють планувати та організовувати заходи PR-комунікації, взаємодіючи з різними аудиторіями та медіа.
ПРН 9. Виконання посадових функцій спеціалістів PR	Здатні виконувати ключові посадові обов'язки PR-фахівців та координувати роботу команди у процесі реалізації PR-кампаній.
ПРН 10. Запобігання кризовим ситуаціям та їх подолання	Вміють розробляти стратегії запобігання кризам та управляти комунікаціями в умовах криз.
ПРН 11. Створення та реалізація PR-кампаній	Здатні самостійно створювати та реалізовувати PR-кампанії з урахуванням всіх ключових елементів та цілей.

IV. Програма навчальної дисципліни (структура дисципліни)

№	Тема дисципліни
1.	Система соціальних комунікацій. Професійні якості фахівця в галузі соціальних комунікацій
2.	Види та основні етапи PR-кампанії. PR-аудит
3.	Стратегія і тактика PR-кампанії
4.	Взаємодія з представниками ЗМК.
5.	PR першої особи та корпоративний PR

6	Політичні, соціальні та корпоративні PR-кампанії
7	Урядовий та репутаційний PR
8	Теоретико-методологічні засади дослідження кризових явищ
9	Типологія та особливості комунікаційних конфліктів
10	Антикризові комунікації в управлінні кризовими явищами
11	Комунікаційні PR-стандарты антикризової кампанії
12	Інформаційні війни

