

Факультет журналістики, реклами та видавничої справи	Комунікаційні технології у сучасному піарі
	<b>Ступінь вищої освіти</b> – перший (бакалаврський) <b>Освітньо-професійна програма:</b> <b>Курс навчання:</b> <b>Кількість кредитів:</b> 3, 90 годин. <b>Мова викладання:</b> українська <b>Дні, час, місце:</b> Французький б-р, 24/26, за розкладом <b>Консультації:</b> Французький б-р, 24/26, щотижнево за розкладом

### СИЛАБУС

<b>Викладач:</b>	кандидат політичних наук, старший викладач <i>Бахметьєв Андрій Євгенійович</i>
<b>Кафедра:</b>	Журналістики, реклами та медіакомунікацій
<b>Контактна інформація:</b>	<a href="mailto:andreibahmetev@gmail.com">andreibahmetev@gmail.com</a>

### КОМУНІКАЦІЯ

Комунікація зі здобувачами буде здійснюватися через вказаний e-mail та очні зустрічі на консультаціях.

### АНОТАЦІЯ КУРСУ

**Метою дисципліни** є сформувати у студентів теоретичних знань і практичних навичок використання сучасних комунікаційних технологій у сфері зв'язків з громадськістю (PR). Курс спрямований на вивчення ефективних стратегій комунікації, аналіз інструментів впливу на громадську думку, а також оцінку ефективності PR-кампаній у цифровому та традиційному медіапросторі.

**Завданнями дисципліни є:**

- Ознайомити студентів з основними концепціями та теоріями комунікації у сфері PR.
- Дослідити сучасні інструменти та технології зв'язків з громадськістю.
- Вивчити механізми формування іміджу та репутації організацій і персоналій.
- Аналізувати стратегії кризового комунікаційного менеджменту.
- Навчити студентів розробляти та реалізовувати PR-кампанії з використанням цифрових платформ та соціальних мереж.
- Оцінювати ефективність PR-стратегій, застосовуючи аналітичні методи та метрики.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен :

**знати:**

- Основні принципи та стратегії комунікацій у PR.
- Інструменти та технології, що застосовуються у сучасних комунікаційних кампаніях.
- Особливості цифрового PR та специфіку роботи з соціальними медіа.
- Методи аналізу ефективності PR-кампаній.
- Етичні та правові аспекти PR-діяльності.

**вміти:**

- Розробляти та впроваджувати комунікаційні стратегії для різних аудиторій.
- Використовувати цифрові інструменти для просування брендів та персон.
- Працювати з медіа, формувати інформаційні приводи та створювати PR-контент.
- Визначати комунікаційні ризики та реагувати на кризові ситуації у медіапросторі.
- Здійснювати моніторинг громадської думки та аналізувати медіаполе.

- Виявляти та нейтралізувати інформаційні атаки та елементи чорного PR.

**володіти:**

- Навичками стратегічного планування та реалізації PR-кампаній.
- Методами таргетованої комунікації в онлайн- і офлайн-середовищі.
- Інструментами медіааналізу та оцінки впливу PR-активностей.
- Техніками створення візуального та текстового контенту для PR-кампаній.
- Способами взаємодії з громадськістю, лідерами думок та представниками медіа.

### ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Курс буде викладений у формі лекцій (16 год.) та практичних (14 год.), організації самостійної роботи студентів (60 год.).

#### Зміст навчальної дисципліни

Тема	Результати навчання	Форми робіт
<b>1.Теоретичні основи PR-комунікацій.</b>	Основи зв'язків з громадськістю: поняття, цілі, завдання. Види та моделі PR-комунікацій. Стратегії та тактики зв'язків з громадськістю. Роль комунікацій у формуванні іміджу та репутації. Етичні та правові аспекти PR-діяльності.	Обговорення, завдання, презентації
<b>2.Інструменти та технології PR-комунікацій.</b>	Класичні PR-інструменти: прес-релізи, брифінги, прес-конференції. Робота з медіа: побудова ефективних комунікацій із журналістами. Візуальні комунікації в PR: інфографіка, брендінг, відеоконтент. Використання Big Data та штучного інтелекту в PR. Психологія комунікацій: методи впливу та переконання.	Обговорення, завдання, презентації
<b>3.Цифрові технології сучасному PR.</b>	Діджитал PR: особливості комунікації у цифровому середовищі. PR у соціальних мережах: механізми просування та взаємодії з аудиторією. Робота з лідерами думок та блогерами у PR-кампаніях. Контент-маркетинг як частина PR-стратегії. Кризові комунікації у цифрову епоху.	Обговорення, завдання, презентації
<b>4.Антикризові комунікації та управління репутацією.</b>	Принципи управління кризовими комунікаціями. Репутаційний менеджмент: основні підходи та методи. Кейси успішного подолання криз у PR-кампаніях. Репутаційні ризики та способи їх мінімізації. Моніторинг та оцінка ефективності комунікаційних стратегій..	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання, тести
<b>5.Розробка PR-кампаній та комунікаційних стратегій.</b>	Формування стратегічних підходів до комунікацій у PR. Структура ефективної PR-кампанії: планування, реалізація, моніторинг та оцінка ефективності. Практичні кейси успішних кампаній.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання
<b>6.Медіааналітика та оцінка ефективності PR-кампаній.</b>	Огляд методів аналізу ефективності PR-стратегій. Використання аналітичних інструментів для оцінки впливу комунікацій. Розробка рекомендацій щодо покращення PR-стратегії на основі отриманих даних.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання, тести
<b>7.PR у корпоративному, політичному та</b>	Визначення особливостей комунікації в корпоративному, політичному та соціальному PR. Аналіз специфіки роботи з громадськими ініціативами та неурядовими організаціями.	Обговорення, завдання, презентації,

соціальному секторам.	Розробка власного PR-проєкту для обраного бренду або особи.	індивідуальні завдання
-----------------------	---	------------------------

## ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

1. Грабовська С. І. PR-технології у сучасному світі: навч. посіб. Київ: Видавництво Ліра-К, 2019. 312 с.
2. Гриньова В. М., Сидоренко О. В. PR-технології та масові комунікації: навч. посіб. Харків: Видавництво ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 284 с.
3. Дудник А. С. Антикризисні комунікації та управління репутацією: монографія. Київ : Академія, 2018. 256 с.
4. Іванов В. Ф. Зв'язки з громадськістю: теорія і практика : навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 320 с.
5. Карпенко О. В. Digital PR: комунікаційні технології в епоху соціальних медіа: навч. посіб. Львів : ПАІС, 2020. 290 с.
6. Кузнецова О. Г., Литвиненко В. В. Інструменти стратегічних комунікацій у сучасному PR : навч. посіб. Одеса: Астропринт, 2016. – 268 с.
7. Лебедева М. М. Теорія і практика зв'язків з громадськістю: підручник. Київ: Видавництво Київського університету, 2015. 345 с.
8. Лісовий О. В. Політичний PR: технології та механізми впливу: навч. посіб. Дніпро: ДНУ, 2022. 272 с.
9. Скотникова Т. В. Управління репутацією та іміджем організації: монографія. Харків: Видавництво ХНЕУ, 2019. 298 с.

## ОЦІНЮВАННЯ

*Форма підсумкового контролю – залік.*

Проведення контролю результатів навчання здобувачів відбувається відповідно до Положення про організацію і проведення контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти Одеського національного університету імені І.І. Мечникова URL : [https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/poloz-org-kontrol\\_2022.pdf](https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/poloz-org-kontrol_2022.pdf)

## ПОЛІТИКА КУРСУ

**Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-10%). Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

**Політика щодо академічної доброчесності:** регламентується Кодексом академічної доброчесності учасників освітнього процесу Одеського національного університету імені І.І. Мечникова, Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у освітній та науково-дослідній роботі учасників освітнього процесу та науковців Одеського національного університету імені І.І. Мечникова (<http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents>).

**Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим. В окремих випадках навчання може відбуватись он-лайн з використанням дистанційних технологій.

Порядок та умови такого навчання регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу в ОНУ (<http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents>). У випадку відсутності здобувача на лекції або практичному занятті він зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття через опитування в поза аудиторний час (час консультацій викладача). Невідпрацьовані заняття вважаються незданими і за них не нараховується оцінка в балах. У підсумку, оцінені за 100-бальною системою, знання здобувача відображаються у заліково-екзаменаційній відомості та заліковій книжці.