

**Інформаційний пакет освітніх компонент навчального плану  
освітньо-професійної програми «Документознавство та інформаційна діяльність»,  
«Інформаційна аналітика та зв'язки з громадськістю»**

**Освітнього рівня бакалавр**

**Спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа**

**Галузь знань 02 Культура і мистецтво**

**1. Назва освітньої компоненти Теорія і практика зв'язків з громадськістю**

**2. Тип основна**

3. Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:			
			Лекцій	Семінар	Практичних занять	Лабораторних занять
	8	240	36		72	132

**4. Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі**

Освітні компоненти, які передують вивченню	<ol style="list-style-type: none"> <li>Групова динаміка і комунікації</li> <li>Теорія і практика комунікацій</li> </ol>
Освітні компоненти для яких є базовою	<ol style="list-style-type: none"> <li>PR-технології в сфері бізнесу</li> </ol>

**5. Компетенції відповідно до ОПП та вимог роботодавців:**

**Компетенції відповідно до ООП**

Здатність використовувати PR та інші прикладні соціокомунікаційні технології в умовах сучасної інформаційно-технологічної інфраструктури.

Здатність використовувати форми та методи системи PR для успішної реалізації проектів, запроваджувати основні принципи PR в діяльність підприємства (організації, установи), складати результативні PR-звернення, направлені на формування іміджу підприємства, володіти механізмами планування, організації й проведення PR-кампаній

**Компетенції відповідно до вимог роботодавців**

Робота зі ЗМІ, соціальними мережами й медіа-порталами (написання й розміщення статей, прес-релізів, новин, інтерв'ю, офіційних повідомлень).  
Написання прес-релізів, статей на корпоративному сайті

Знання медіа-ринку, PR послуг в європейських країнах						
Формування та управління іміджем компанії						
Моніторинг й аналіз інформаційного простору на предмет реалізації PR-стратегії						
<b>6. Результати навчання відповідно до ОПП</b>						
Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію українською мовою та однією з іншомовних мов.						
Використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва.						
<b>7. План вивчення освітньої компоненти</b>						
Змістовний розділ	Вид заняття	Тема	Знати	Вміти	План заняття	Лекція, методична розробка
Розділ 1. Теоретико-методологічні аспекти зв'язків з громадськістю						
	Лекція 1	Тема 1. Теорія комунікації – наукова основа зв'язків з громадськістю як галузі знання та сфери професійної діяльності	Знати основні завдання науки про зв'язки з громадськістю, її місце в системі інших суспільних наук.			
	Лекція 2	Тема 2. Історія виникнення та розвитку публік релейшнз	Знати історію виникнення та етапи еволюції публік релейшнз			
	Лекція 3	Тема 3. Об'єкт і предмет зв'язків з громадськістю як галузі наукового знання	Знати об'єкт і предмет зв'язків з громадськістю як галузі наукового знання			
	Практичне заняття 1	Тема 1. Теорія комунікації – наукова основа зв'язків з громадськістю як галузі знання та сфери професійної діяльності		Вміти орієнтуватися в основних засадах дисципліни «Теорія і практика зв'язків з громадськістю»		
	Практичне заняття 2	Тема 2. Історія виникнення та розвитку публік релейшнз		Вміти використовувати досвід розвинених країн у створенні системи зв'язків з громадськістю та організації їхнього функціонування.		

	Практичне заняття 3	Тема 3. Об'єкт і предмет зв'язків з громадськістю як галузі наукового знання		Вміти розрізняти об'єктивну і суб'єктивну зумовленість необхідності планування зв'язків з громадськістю		
Розділ 2. Структурна та функціональна характеристика паблік рилейшнз						
	Лекція 4	Тема 4. Паблік рилейшнз як сфера практично-прикладної діяльності	Знати структурні елементи зв'язків з громадськістю, функції системи зв'язків з громадськістю. Знати основні напрями діяльності спеціалістів служби зв'язків з громадськістю			
	Лекція 5	Тема 5. Громадськість як суб'єкт комунікації	Знати сутність та основні характеристики широкої громадськості як цільової аудиторії			
	Лекція 6	Тема 6. Громадська думка як об'єкт PR-діяльності	Знати специфіку феномену громадської думки, види маніпуляцій свідомістю та громадськими поглядами			
	Лекція 7	Тема 7. Організація діяльності системи зв'язків з громадськістю	Знати принципи організації сфери громадськості як суб'єкта комунікації			
	Практичне заняття 4	Тема 4. Паблік рилейшнз як сфера практично-прикладної діяльності		Вміти вирізняти основні аспекти функціонування системи зв'язків з громадськістю та робити їх характеристику		
	Практичне заняття 5	Тема 5. Громадськість як суб'єкт комунікації		Вміти здійснювати взаємодію зв'язку між державними, громадськими та ринковими (економічними, господарськими)		

				структурами		
	Практичне заняття 6	Тема 6. Громадська думка як об'єкт ПР-діяльності		Вміти здійснювати процес взаємодії ПР-закладу та ЗМІ. Вміти здійснювати ефективний позитивний вплив на суспільну думку та ЗМІ		
	Практичне заняття 7	Тема 7. Організація діяльності системи зв'язків з громадськістю		Вміти організувати ефективну ПР-діяльність, здійснювати ПР-акції, заходи тощо		
Розділ 3. Напрями та методи зв'язків з громадськістю						
	Лекція 8	Тема 8. Дослідницька діяльність служби публік релейшнз	Знати принципи організації дослідницької діяльності служби публік релейшнз			
	Лекція 9	Тема 9. Методи впливу на громадськість. Вербальна комунікація	Знати засоби та методи впливу на громадськість			
	Лекція 10	Тема 10. Подієва комунікація в системі зв'язків з громадськістю	Знати принципи функціональної ПР-діяльності			
	Лекція 11	Тема 11. Засоби масової інформації-важливий інструмент ПР	Знати принципи системи масових комунікацій, її сутність і структурні елементи			
	Лекція 12	Тема 12. Паблісіті як засіб комунікації з громадськістю	Знати сутність використання паблісіті як засобу комунікації			
	Лекція 13	Тема 13. Комунікації із внутрішньою громадськістю	Знати принципи організації служби зв'язків з громадськістю в простій системі управління			
	Лекція 14	Тема 14. Паблік релейшнз у соціокультурній сфері	Знати принципи ПР-діяльності в соціокультурній сфері			
	Практичне	Тема 8.		Вміти здійснювати		

	заняття 8	Дослідницька діяльність служби паблік рилейшнз		дослідницьку діяльність в рамках здійснення паблік рилейшнз		
	Практичне заняття 9	Тема 9. Методи впливу на громадськість. Вербальна комунікація		Вміти застосовувати механізм взаємодії служби зв'язків із громадськістю із засобами масової інформації		
	Практичне заняття 10	Тема 10. Подієва комунікація в системі зв'язків з громадськістю		Вміти знаходити і використовувати канали передачі інформації у системі зв'язків з громадськістю		
	Практичне заняття 11	Тема 11. Засоби масової інформації-важливий інструмент ПР		Вміти використовувати ЗМІ як інструмент ПР-діяльності		
	Практичне заняття 12	Тема 12. Пабліситі як засіб комунікації з громадськості		Вміти здійснювати алгоритм процесу розроблення і реалізації програми зв'язків з громадськістю		
	Практичне заняття 13	Тема 13. Комунікації із внутрішньою громадськістю		Вміти здійснювати ПР-заходи в рамках однієї організації/установи		
	Практичне заняття 14	Тема 14. Паблік рилейшнз у соціокультурній сфері		Вміти здійснювати ПР-діяльність в соціокультурній сфері		

	Самостійна робота	<p>Тема 1. Теорія комунікації – наукова основа зв'язків з громадськістю як галузі знання та сфери професійної діяльності</p> <p>Тема 2. Історія виникнення та розвитку паблік рилейшнз</p> <p>Тема 3. Об'єкт і предмет зв'язків з громадськістю як галузі наукового знання</p> <p>Тема 4. Паблік рилейшнз як сфера практично-прикладної діяльності</p> <p>Тема 5. Громадськість як суб'єкт комунікації</p> <p>Тема 6. Громадська думка як об'єкт PR-діяльності</p> <p>Тема 7. Організація діяльності системи зв'язків з громадськістю</p> <p>Тема 8. Дослідницька діяльність служби паблік рилейшнз</p> <p>Тема 9. Методи впливу на громадськість. Вербальна комунікація</p> <p>Тема 10. Подієва комунікація в системі зв'язків з громадськістю</p> <p>Тема 11.</p>	<p>Знати сутність та основні характеристики звернення як елемента системи зв'язків з громадськістю</p> <p>Знати характеристику основних елементів системи масових комунікацій</p> <p>Знати основні принципи формування та функціонування системи масових комунікацій</p> <p>Знати сутність і необхідність організаційних форм управління зв'язками з громадськістю</p> <p>Знати основні етапи підготовки і проведення PR-кампанії та їх характеристику</p> <p>Знати сутність і завдання системи засобів масової інформації</p> <p>Знати види ЗМІ та їх можливості у здійсненні зв'язків з громадськістю</p> <p>Знати функції засобів масової інформації</p> <p>Знати позитивний і негативний зворотний зв'язок у механізмі взаємодії із засобами масової інформації</p> <p>Знати основні напрями діяльності спеціалістів служби зв'язків з громадськістю</p>	<p>Вміти розрізняти прямий і зворотний зв'язок фірми з цільовою аудиторією.</p> <p>Вміти розрізняти взаємовідносини засобів масових комунікацій та їхні основні особливості</p> <p>Вміти використовувати інформаційні технології у системі зв'язків з громадськістю</p> <p>Вміти вирізняти види планів зв'язків з громадськістю, їхній зміст та основні характеристики</p> <p>Вміти здійснювати шорокоформатну кампанію зі зв'язків з громадськістю, обгрунтовувати доцільність її проведення</p> <p>Вміти скласти довгостроковий (стратегічний) і оперативний план зв'язків з громадськістю</p> <p>Вміти використовувати елементи механізму передачі повідомлень службою зв'язків з громадськістю засобам масової інформації</p>		
--	----------------------	---	--	---	--	--

		Засоби масової інформації-важливий інструмент PR Тема 12. Пабліситі як засіб комунікації з громадськості Тема 13. Комунікації із внутрішньою громадськістю Тема 14. Паблік рилейшинз у соціокультурній сфері	установлення комунікацій зі ЗМІ			
<b>8. Мова вивчення освітньої компоненти</b>						
українська						
<b>9. Інформаційне забезпечення освітньої компоненти</b>						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Блажнов Е.А. Паблік рилейшнз. Запрошення в світ цивілізованих ринкових відносин: навчальний посібник. - М., 1994. - 298 с.</li> <li>2. Блек С. Паблік рилейшнз. Міжнародна практика. - М., 1997. - 472 с.</li> <li>3. Вікентьєв І.Л. Прийоми реклами і publicrelations. - СПб., 1995. - 436 с.</li> <li>4. Королько В.Г. Основи паблік рилейшнз. М., «Рефл-бук», К. : «Ваклер» - 2000. - 528 с.</li> <li>5. Лебедева Т.А. Паблік рилейшнз. - М., 1999. - 476 с.</li> <li>6. Пізнюк Л.В. Паблік Рилейшнз. Навчальний посібник. - К. : «Університет» Україна», 2005 - 239 с.</li> <li>7. Почепцов Г.Г. Іміджеологія: теорія і практика. - К. : «АДЕФ-Україна», 1998. - 390 с.</li> <li>8. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз для професіоналів. - К. : «Рефл-бук», «Ваклер», 2002. - 622 с.</li> <li>9. Чуміков А.Н. Креативні технології «Паблік рилейшнз». - М., 1998. - 420 с.</li> <li>10. Чуміков А.Н., Бочаров М.П. Зв'язки з громадськістю: Теорія і практика: Навчальний посібник. - М. : Діло, 2003. - 496с.</li> <li>11. Альошина І. Паблік рилейшнз для менеджерів і маркетологів. - М. : Тандем, 1997. - 225 с.</li> </ol>						
<b>10. Методи оцінювання, підсумкові звітності за освітньою компонентою</b>						
Поточний контроль – тестові завдання та завдання, які потребують розгорнутої відповіді.						
Семестровий контроль – іспит.						
<b>11. Матеріально-технічне забезпечення освітньої компоненти</b>						
Для проведення практичних занять з метою формування загальних та фахових компетенцій використовується спеціалізована лабораторія «Віртуальний офіс», яка оснащена сучасними комп'ютерами та ліцензійним програмним забезпеченням.						