

Анотація на вибіркoву навчальну дисципліну «Паблік рілейшнз»

Рівень вищої освіти – *другий (магістерський) рівень вищої освіти*

Галузь знань – *05 Соціальні і поведінкові науки*

Спеціальність – *054 Соціологія*

Освітньо-професійна програма – *соціологія*

Кількість кредитів – *3*

Рік підготовки – *1*, семестр – *1*

Компонент освітньої програми: *вибіркoвий*

Мова викладання: *українська*

Викладач: Афанасьєв Дмитро Миколайович, доцент, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології та соціальної роботи, e-mail: dmytro.afanasiev@uzhnu.edu.ua

Опис дисципліни

1. Актуальність курсу. Дана програма повинна допомогти студентам оволодіти такими знаннями як визначення та структури рекламних комунікацій, етапів їх розвитку; змісту та особливостей паблікрілейшн в рекламі, функцій паблік рілейшн; визначення реклами, етапи розвитку реклами, структуру соціального інституту реклами; функції реклами на макро- та мікрорівні; різноманіття рекламних технологій, основ психології впливу на споживачів в рекламних комунікаціях; діагностику процесів прийняття рішення в рекламних комунікаціях; основні принципи проведення переговорів із використанням прийомів реклами; соціологічні методи дослідження в процесі розробки стратегії і тактики рекламного дискурсу;

2. Метою дисципліни є сприяти магістрантам в оволодінні знаннями щодо ролі технології Паблік Рілейшнз в діяльності соціологічних організацій, а також опанування навичок практичної роботи з аудиторією, яка користується послугами соціологічних організацій.

Завдання курсу: В результаті студенти соціологи повинні вміти аналізувати рекламні тексти, виявляти «шуми» та основні компоненти впливу на споживача рекламних комунікацій; інтерпретувати різні види рекламних комунікацій та вибору необхідного рекламного звернення для кожного окремого продукту; володіти принципами впливу на споживачів з метою просування продукту на ринок; використовувати методи соціологічного опитування споживачів, вимірювання отриманої інформації та оцінки при сприйнятті продукту та інформації, що отримана про нього;

3. Проблематика (зміст дисципліни), яка буде розглянута у процесі вивчення навчальної дисципліни.

Тема 1. Паблік Рілейшнз як теорія комунікативної дії.

Тема 2. Функції ПР.

Тема 3. Основні процеси ПР. Види Паблік рлейшнз.

Тема 4. Реклама і ПР.

Тема 5. Методи дослідження процесів ПР.

Тема 6. ПР у забезпеченні функціонування і розвитку соціальної сфери.

Тема 7. Внутрішній ПР у діяльності організацій соціальної сфери

Тема 8. Технології ПР в соціальній сфері: фандрайзинг, спонсорство, меценатство

Тема 9. Технології ПР при вирішенні конфліктних ситуацій в суспільстві

Тема 10. Прес-реліз як елемент взаємодії організації з аудиторією

4. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми в здобувачів повинні бути сформовані такі компетентності:

1) загальних компетентностей:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК-01)
- здатність працювати автономно (ЗК-02)
- здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) (ЗК-03)
- здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт (ЗК-05)
- здатність приймати обґрунтовані рішення (ЗК-06)
- здатність планувати і здійснювати міжособистісну взаємодію (ЗК-07)

2) спеціальних компетентностей:

- здатність аналізувати соціальні явища та процеси (СК-01)
- здатність виявляти, діагностувати та інтерпретувати соціальні проблеми українського суспільства (СК-02)
- здатність проектувати і виконувати соціологічні дослідження, розробляти і обґрунтовувати їхню методологію (СК-03)
- здатність дотримуватися у своїй діяльності норм професійної етики соціолога та керуватися загальнолюдськими цінностями (СК-06)
- здатність розуміти соціальні процеси, тренди, можливості у суспільстві, зокрема у її гендерних, расових, вікових аспектах (СК-08).

ЛІТЕРАТУРА

1. Бронікова С. А. ПР-діяльність як стратегічний ресурс модернізації системи професійного навчання державних службовців [Електронний ресурс] / С. А. Бронікова. Режим доступу : [www.URL: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/tppd/2007-1/07bsands.htm/odyframe.htm](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/tppd/2007-1/07bsands.htm/odyframe.htm). Назва з екрана.

2. Ілюк Т. Ефективний діалог із громадськістю: теоретична основа і методи організації. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. 2007. № 1. С. 238-247.

3. Королько В. Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика: підручник. К. : ВД "Скарби", 2001. 400 с.

4. Лукашевич М. П. Соціологія. Основи загальної, спеціальної та галузевих теорій: підручник. К.: Каравела, 2008. 544 с.

5. Мойсеев В.А. Паблік рілейшнз: Навч. посіб. К.: Академвидав, 2007. 224 с.

6. Романовський О. Г. Основи публік рилейшнз : навчально-методичний посібник для студентів спеціальностей 8.03010201 «Психологія» та 8.18010018 «Адміністративний менеджмент». Харків: НТУ «ХП», 2015. 176 с.
7. Соціальна реклама в Україні: Сучасний стан та перспективи розвитку: Матеріали конференції. К., 2004. 150 с.
8. Соціологія: підручник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Центр учбової літератури, 2009. 808 с.
9. Українські ресурси мережі Інтернет: громадсько-політичні центри / Укл. Ю. Шайгородський. К.: Укр. центр політ. менеджменту, 2003. 296 с.