

Анотація на вибірккову навчальну дисципліну «Паблік рілейшенз»

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

Галузь знань – *23 Соціальна робота*

Спеціальність – *231 Соціальна робота*

Освітньо-професійна програма – *Соціальна робота*

Кількість кредитів – *4*

Рік підготовки – *1, семестр – 1*

Компонент освітньої програми: *вибіркковий*

Мова викладання: *українська*

Викладач: Шумицька Галина Василівна, професор, доктор філологічних наук, професор кафедри соціології та соціальної роботи, e-mail: halyna.shumytska@uzhnu.edu.ua

Опис дисципліни

1. Актуальність курсу. Соціальні працівники взаємодіють з клієнтами, громадськими організаціями, державними установами та іншими зацікавленими сторонами. Тож знання з PR допомагає ефективно налагоджувати комунікацію з різними групами, формувати позитивний імідж організацій соціальної сфери, ефективно реагувати на виклики та кризові ситуації. PR забезпечує інструменти для популяризації соціальних проєктів, підвищення обізнаності громадськості щодо важливих питань, залучення волонтерів та донорів. Крім того, PR-інструменти допомагають привертати увагу до проблем, з якими стикаються клієнти соціальних служб, і відстоювати їхні права перед органами влади та широкою громадськістю. Тож паблік рілейшенз є цінним ресурсом для покращення комунікації, іміджу та ефективності соціальної роботи на різних рівнях.

2. Метою дисципліни є: сформувати компетентних фахівців, здатних використовувати PR як потужний інструмент для покращення комунікації, підвищення ефективності діяльності та просування позитивних змін у суспільстві.

Завдання курсу:

1. Зрозуміти сутність, функції та принципи PR у контексті соціальної роботи.

2. Опанувати інструменти та технології PR: взаємодія зі ЗМІ, робота з громадською думкою, організація заходів, використання соціальних мереж тощо.

3. Навчитися розробляти та реалізовувати PR-стратегії та кампанії для просування соціальних проєктів, залучення ресурсів та підтримки.

4. Здобути навички управління репутацією та кризовими ситуаціями для організацій соціальної сфери.

5. Опанувати методи адвокації та лобіювання інтересів вразливих груп населення за допомогою PR-інструментів.

6. Зрозуміти етичні аспекти PR у соціальній сфері та принципи соціальної відповідальності.

7. Розвинути навички написання PR-матеріалів: прес-релізів, статей, контенту для соцмереж тощо.

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

Тема 1. Паблік рілейшенз і споріднена з ними діяльність

Тема 2. Еволюція паблік рілейшенз

Тема 3. Паблік рілейшенз як соціальний інститут

Тема 4. Етика паблік рілейшенз

Модульна контрольна робота

Тема 5. Методи дослідницької роботи у сфері PR

Тема 6. Розроблення плану PR-програми

Тема 7. Оцінювання ефективності виконання та результатів реалізації PR-програми

Тема 8. PR у кризових і конфліктних ситуаціях

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

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК2. Здатність розробляти і управляти проектами.

ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК4. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК5. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК6. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК7. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК8. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК9. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК10. Здатність працювати в команді.

Загальні компетентності (З)

Професійний стандарт «Фахівець із соціальної роботи»:

З2. Здатність забезпечувати конфіденційність особистої інформації про отримувачів соціальних послуг.

З3. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

З5. Здатність вчитися і бути навченим, до самоосвіти, постійного підвищення кваліфікації.

З10. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

Фахові компетентності спеціальності (ФК):

ФК2. Здатність до виявлення соціально значимих проблем і факторів досягнення соціального благополуччя різних груп населення з урахуванням їх національно-культурного, гендерного, соціального статусу.

ФК3. Здатність професійно діагностувати, прогнозувати, проектувати та моделювати соціальні ситуації.

ФК5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (експертами з інших галузей/видів економічної діяльності), налагоджувати взаємодію державних, громадських і комерційних організацій на підґрунті соціального партнерства.

ФК6. Здатність до оцінки процесу і результату професійної діяльності.

ФК7. Здатність до професійної рефлексії.

ФК9. Здатність доводити знання та власні висновки до фахівців та нефахівців.

ФК10. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість задля вирішення соціальних проблем через упровадження соціальних інновацій.

ФК13. Здатність до формування позитивного іміджу професії, її статусу в суспільстві.

ФК14. Здатність до ефективного менеджменту організації у сфері соціальної роботи.

ФК17. Здатність до посередництва між клієнтами та структурами, що надають послуги, з метою максимізації соціальних ресурсів у відповідності до потреб та інтересів споживачів послуг.

Фахові компетентності (за трудовою дією або групою трудових дій)

Професійний стандарт «Фахівець із соціальної роботи»:

И2. Здатність розробляти пропозиції щодо підвищення ефективності соціального захисту населення на індивідуальному, груповому рівнях, в тому числі у межах адміністративно-територіальної одиниці територіальної громади в межах повноважень.

Л5. Здатність налагоджувати соціальну взаємодію, співробітництво, попереджати і розв'язувати конфлікти в професійному колективі.

М4. Здатність автономно приймати рішення в складних і непередбачуваних ситуаціях у випадках загрози життю та / або здоров'ю отримувачів соціальних послуг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балабанова Л.В., Савельєва К.В. Паблік рілейшнз. Київ: Професіонал, 2008. 528 с.
2. Гримська М. Зв'язки з громадськістю: підруч. для студ. вищ. навч. закл. Харків: Фоліо, 2015. 413 с.
3. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Київ: Києво-Могилянська академія, 2009. 832 с.
4. Мойсеєв В.А. Паблік рілейшнз: навчальний посібник. Київ: Академвидав, 2007. 224 с.
5. Паблік рілейшнз: навчально-методичний посібник / МОН України, Уманський державний педагогічний університет ім.П.Тичини; уклад. О.В.Гарматюк. Умань: Візаві, 2019. 248 с.
6. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю: навчальний посібник. Київ: НМЦВО, 2001. 560 с.
7. Чудовська-Кандиба І.А. Соціокультурні виміри рекламних практик. Київ: КІС, 2010. 445 с.