

Опис навчальної дисципліни вільного вибору

Дисципліна	Вибіркова дисципліна 2.1. «Зв'язки з громадськістю»
Рівень ВО	перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» / «Міжнародна інформація та суспільні комунікації»
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	Другий курс, третій семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (всього: з них лекції/практичні)	150год., з них: лекц. – 24 год, практ. – 30 год
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Міжнародних комунікацій та політичного аналізу
Автор дисципліни	доктор політичних наук, професор кафедри міжнародних комунікацій та політичного аналізу Тихомирова Євгенія Борисівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Бажання вчитися, розуміння термінології з певної сфери на рівні шкільної програми, знання основних норм української літературної мови й критичне мислення
Що буде вивчатися	Історія зв'язків з громадськістю. Громадськість як суб'єкт PR й громадська думка як об'єкт PR. Організаційні моделі PR-діяльності. Дослідницька діяльність PR-відділів/служб. Вербальні й невербальні засоби впливу на громадськість. Події комунікації. Медіа як інструмент PR. PR у формуванні іміджу. Комунікації з внутрішньою громадськістю. PR у кризових умовах.
Чому це цікаво/треба вивчати	У будь-якому суспільстві, у будь-якій організації час від часу виникають комунікаційні проблеми, спровоковані різноманітними чинниками. Зв'язки з громадськістю є саме тією сферою діяльності, яка має на меті гармонізувати відносини між

	керівниками й підлеглими, виробниками й споживачами, урядовими структурами й громадянами тощо. PR дає змогу здійснювати ефективну комунікацію між різними елементами системи і, як наслідок, уникнути конфліктів і криз. Однак, у разі виникнення суперечностей, PR також дієвий засіб їх згладжування й усунення. Курс має на меті розширити світогляд і виробити практичні навички.
Чому можна навчитися (результати навчання)	знання елементарних операцій PR, специфіки формування громадської думки і впливу на громадську думку, етапів й інструментів PR-кампаній, технологій формування іміджу організації.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	• здатність аналізувати суспільні комунікації в різних контекстах, зокрема у контексті PR-діяльності; • здатність аналізувати комунікаційні характеристики суб'єкта PR; • здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі й практичні проблеми у сфері суспільних комунікацій (зокрема, у контексті побудови комунікаційних кампаній); • здатність до здійснення комунікації й аналітичної діяльності.
Інформаційне забезпечення та/або web-покликання	Навчальні матеріали, наукові статті, відео-, фото- й друковані матеріали для аналізу; case study.
Здійснити вибір	<u>«ПС-Журнал успішності-Web»</u>