



Силабус освітнього компонента Програма навчальної дисципліни



ОСНОВИ ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ

Шифр та назва спеціальності
232 – Соціальне забезпечення

Інститут
ННІ Соціально-гуманітарних технологій

Освітня програма
Управління в сфері соціального забезпечення

Кафедра
Педагогіки та психології управління соціальними системами імені акад. І.А. Зязюна (301)

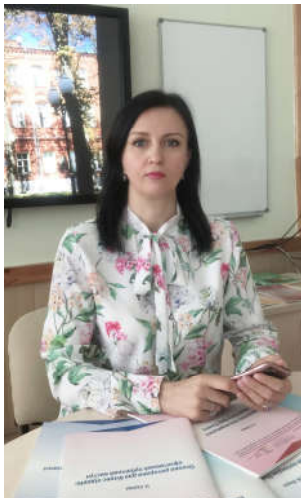
Рівень освіти
Магістр

Тип дисципліни
Вибіркова

Семестр
2

Мова викладання
Українська

Викладачі, розробники



Середа Наталія Вікторівна
Nataliia.Sereda@khpі.edu.ua

Кандидат мистецтвознавства, доцент, доцент кафедри педагогіки та психології управління соціальними системами імені акад. І.А. Зязюна НТУ «ХПІ».

Досвід роботи – 18 років. Автор понад 100 наукових та навчально-методичних праць. Провідний лектор з дисциплін: «Педагогічне спілкування та риторика», «Основи ораторського мистецтва», «Педагогічна риторика», «Ділове спілкування та риторика», «Педагогічна конфліктологія», «Педагогічна етика», «Основи публік рилейшнз», «Психологія мистецтва», «Етика професійної діяльності психолога».

Детальніше про викладача на сайті кафедри

<https://web.kpi.kharkov.ua/ppuss/uk/portfolio-seredi-nataliyi-viktorivni/>

Загальна інформація

Анотація

Дисципліна «Основи публік рилейшнз» спрямована на вивчення психологічних засад ПР-діяльності, принципів ПР-комунікації, побудови та проведення ПР-програм в різних галузях, формування та розвитку іміджу об'єкту ПР.

Мета та цілі дисципліни

Метою дисципліни є надання знань про психологічні закономірності зв'язків з громадськістю та організаційно-методичні особливості організації ПР-діяльності; формування вмінь планувати та проводити ПР-програми, формувати та підтримувати позитивний імідж об'єкту ПР.

Формат занять

Лекції, практичні заняття, РЕ, самостійна робота, консультації. Підсумковий контроль – залік.

Компетентності

ЗК3. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК4. Уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

СК7. Здатність приймати фахові рішення у складних і непередбачуваних умовах, адаптуватися до нових ситуацій професійної діяльності.

СК15. Здатність аналізувати та оцінювати процеси міжособистісної та групової взаємодії та впливу, володіти методами прогнозування та управління процесами соціально-психологічної взаємодії.

Результати навчання

ПР3. Узагальнювати емпіричні дані та формулювати теоретичні висновки.

ПР11. Здійснювати адаптацію та модифікацію існуючих наукових підходів і методів до конкретних ситуацій професійної діяльності

Обсяг дисципліни

Загальний обсяг дисципліни 180 год. (6 кредитів ECTS): лекції – 32 год., практичні заняття – 32 год., самостійна робота – 116 год.

Передумови вивчення дисципліни (пререквізити)

Особливості дисципліни, методи та технології навчання

Лекції проводяться інтерактивно з використанням мультимедійних технологій. На лекційних заняттях використовуються: розповідь, пояснення, демонстрація, дискусія.

На практичних заняттях студенти виконують групові та індивідуальні завдання.

За джерелами знань використовуються такі методи навчання: словесні – бесіда, дискусія, лекція, робота з книгою; наочні – ілюстрація практичними прикладами, презентація; ігрові – рольові, ділові ігри; документальні – робота з документами, аналіз, складання документів; інтерактивні – підбір та обговорення відеоматеріалів, кейсів, виступи-презентації; метод проєктів; самостійні – опрацювання лекційного матеріалу та фахової літератури; дослідницькі – теоретичний аналіз наукових джерел, емпіричне дослідження. За характером логіки пізнання використовуються такі методи: аналітичний, синтетичний, аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний.

За рівнем самостійної розумової діяльності використовуються методи: проблемний, частково-пошуковий, дослідницький.

Навчальні матеріали доступні студентам в хмарному середовищі Google Disk та One Drive.

Програма навчальної дисципліни

Теми лекційних занять

Тема 1. ПР як наука та мистецтво

Поняття «паблік рілейшнз». ПР, пабліситі, реклама, промоушн. Мета та завдання ПР. Галузі ПР. Функції ПР. Принципи ПР. Необхідні умови для якісного ПР. Історія ПР як науки. Зародження основ ПР у США. Історичні моделі розвитку ПР. Роль ПР-спеціалістів. Особисті якості, уміння та навички, необхідні ПР-спеціалістам. Напрямки роботи ПР-спеціалістів. Функціональні обов'язки ПР-відділу.

Тема 2. ПР та громадськість

Типи Поняття «громадськості». Ситуативний підхід до громадськості у ПР. Поділ громадськості на групи. Латентна та активна громадськість. Зовнішня та внутрішня громадськість. Підходи до типологізації груп громадськості: географічний, демографічний, психографічний. Приоритетні групи громадськості.

Суспільна думка: характерні ознаки. Індивідуальні орієнтації. Установки та переконання. Типи досліджень суспільної думки. Види соціологічних досліджень: дескриптивні та проблемні. Елементи соціального дослідження: вибірка, анкета, інтерв'ю, аналіз результатів.

Засоби впливу на суспільну думку. «Чорний PR». Маніпулятивні методи, що використовуються в «чорному PR».

Тема 3. PR-програми

Теорія управління PR. Складові процесу управління PR.

1 етап – визначення проблеми PR: формулювання проблеми, аналіз ситуації, дослідницька робота та її методи.

2 етап – планування й програмування: основні етапи процесу стратегічного планування, заява про місію, цільове планування (цілі виходу, цілі впливу), програмування.

3 етап – дія та комунікація: діяльнісна складова PR-програми (акції, спеціальні події), комунікаційна складова PR-програми (спілкування з громадськістю, робота зі ЗМІ).

4 етап – оцінка PR-програми: оціночне дослідження, критерії оцінки, оцінка ходу реалізації PR-програми.

Застосування PR-програм в професійній діяльності психолога.

Тема 4. Комунікації в PR

Сутність комунікації. Створення повідомлення. Процес комунікації та його елементи: відправлення повідомлення, кодування, декодування, отримання повідомлення. Зворотній зв'язок. Надійність джерел повідомлень. Комунікація як складова реалізації PR-програм. Засоби комунікації, що контролюються та не контролюються. Принципи ефективної комунікації.

Робота зі ЗМІ. Критерії створення повідомлень для ЗМІ. Пабліситі. Джерела інформації. Інструменти процесу створення пабліситі. Прес-реліз, вимоги до змісту та оформлення прес-релізу. Прес-кіт, його структура. Фактична довідка, інформаційний лист, біографії та профілі, фото-, CD-, DVD-матеріали. Інтерв'ю для друкованих засобів ЗМІ, теле-, радіоінтерв'ю. Підготовка та проведення інтерв'ю. Публічні виступи. Предмет, стратегія, форма та організація виступу. Ораторська майстерність. Робота з аудиторією.

Тема 5. Створення іміджу.

Імідж як PR-категорія. Природа іміджу. Поняття „соціального стереотипу”. Значення іміджу для діяльності організації. Формування іміджу. Компоненти іміджу: імідж товару (послуг), управлінський та фінансовий імідж, суспільний імідж, імідж організації як роботодавця. Імідж як «обличчя», «репутація» та «характер». Загальні ознаки іміджу. Функції іміджу: інформування, вплив, узгодження. Проблема адекватності іміджу. Реклама іміджу. Професійний імідж психолога.

Тема 6. PR в кризових ситуаціях.

Поняття «кризи». Типологія криз за критеріями походження, наслідків, тривалості, ступеня очікуваності. Управління проблемами з метою попередження кризових ситуацій. Фактори-супутники кризових ситуацій. Практичні кроки з подолання кризових ситуацій. Комунікація у кризових ситуаціях. Чутки. Фактори, що сприяють поширенню чуток. Боротьба з чутками.

Теми практичних занять

Тема 1. PR як наука та мистецтво

Психологічний аналіз особистих якостей, умінь та навичок, необхідних PR-спеціалістам.

Тема 2. PR та громадськість

Підготовка PR-програми: Визначення проблеми PR: формулювання проблеми, аналіз ситуації, дослідницька робота та її методи.

Тема 3. PR-програми

Складання плану PR-програми: Планування й програмування: основні етапи процесу стратегічного планування, заява про місію, цільове планування (цілі виходу, цілі впливу), програмування. Складання плану PR-програми: Дія та комунікація: діяльнісна складова PR-програми (акції, спеціальні події). Застосування PR-програм в професійній діяльності психолога.

Тема 4. Комунікації в PR.

Складання плану PR-програми: Комунікаційна складова PR-програми (спілкування з громадськістю, робота зі ЗМІ). Джерела інформації. Інструменти процесу створення пабліситі. Прес-реліз, вимоги до змісту та оформлення прес-релізу. Прес-кіт, його структура. Фактична довідка, інформаційний лист, біографії та профілі, фото-, CD-, DVD-матеріали. Інтерв'ю для друкованих засобів ЗМІ, теле-, радіоінтерв'ю. Підготовка та проведення інтерв'ю.

Розробка PR-проєкту за наступним алгоритмом:

1. Описати об'єкт PR -програми: реальний або віртуальний (персона, фірма, підприємство, банк, суспільна організація, політична партія тощо).
2. Описати ситуацію, яка вимагає проведення PR-програми (що потрібно змінити, удосконалити, виправити). Три можливі мети – створити імідж, підняти (покращити, удосконалити) імідж, відновити імідж після проблемних, кризисних подій
3. Розробити PR-програму та скласти план (події, терміни виконання, необхідні ресурси, за бажанням – фінансова складова)
4. Придумати та скласти план проведення спеціальної події в рамках PR-програми
5. Скласти два прес-релізи
6. Скласти план проведення інтерв'ю (друкованого або теле-, радіо- інтерв'ю).
7. Підготувати презентацію PR-програми

Тема 5. Створення іміджу.

Значення іміджу для діяльності психолога. Формування іміджу. Загальні ознаки іміджу. Функції іміджу: інформування, вплив, узгодження.

Тема 6. PR в кризових ситуаціях.

Практичні кроки подолання кризових ситуацій.

Самостійна робота

Самостійна робота студента включає в себе опрацювання лекційного матеріалу, підготовку до практичних занять, виконання індивідуальних завдань з використанням методичних рекомендацій.

Студентам рекомендуються додаткові матеріали (відео, статті, підручники) для самостійного вивчення та аналізу, підготовки до лекційних та практичних занять.

Самостійна робота також включає реферат (орієнтовний перелік тем):

1. PR як чинник демократичного розвитку суспільства.
2. Чинники формування іміджу України.
3. Професійна підготовка PR-фахівців в Україні та в світі.
4. Психологічні рекомендації щодо формування позитивного іміджу організації.
5. Гендерні особливості іміджу лідера або керівника.
6. Психологічні моделі політичних іміджів.
7. Технології створення ефективного політичного іміджу.
8. Імідж політичних партій.
9. Проблема політичного лідерства в сучасній психології.
10. Психологічні аспекти сучасних технологій політичних публік рілейшнз.
11. PR в економічній діяльності: завдання і основні напрями розвитку.
12. Роль і значення PR в розробці і реалізації маркетингової та рекламної політики економічних суб'єктів.
13. Значення PR для розвитку духовної сфери суспільного життя: використання PR-технологій в галузях спорту, концертної та театральної діяльності, шоу-бізнесу, туризму, освіти.
14. Психологічні механізми впливу візуальних та аудіальних стимулів в публік рілейшнз.
15. Маніпуляція свідомістю в публік рілейшнз: сутність, психологічні технології і шляхи протидії.
16. Психологічні особливості особистості та діяльності журналістів як ключової аудиторії.
17. Психологічні особливості роботи з лідерами громадської думки.
18. Психологічні особливості розробки сценарного плану презентації, прес-конференції.
19. Психологічні особливості складання тексту прес-релізу.
20. Психологічні особливості реалізації відносин із засобами масової інформації.

Література та навчальні матеріали

Основна література

1. Романовський О.Г., Середа Н.В., Воробйова Є.В. Основи публік рілейшнз: навчальний посібник. Харків : НТУ «ХПІ», 2017. 176 с. URL : <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/7583288c-237f-4f95-ac46-9fb4d3161b96/content>

2. Романовський О.Г., Серета Н.В., Квасник О.В. Програма, методичні вказівки та контрольне завдання з курсу «Основи публік релейшнз» для студентів усіх форм навчання спеціальності „Психологія”. Харків: НТУ „ХПІ”, 2009. 36 с. URL : <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/23681>
3. Гапоненко В.А., Рихлік В. А. Зв'язки з громадськістю : навч. посібник. Київ : КНЕУ, 2015. 238 с.
4. Іміджологія : текст лекцій / В. О. Болотова, Н. О. Ляшенко, К. А. Агаларова. Харків : НТУ «ХПІ», 2021. 150 с.
5. Морохова В.О., Здрілюк В.Б., Лорві І.Ф. Паблік релейшнз : навч. посіб.; Луц. нац. техн. ун-т. Луцьк : Вежа-Друк, 2016. 207 с.
6. Сергеева І.В. Психологія публік релейшнз : курс лекцій. Слов'янськ : вид-во Б. І. Маторіна, 2016. 102 с.
7. Black C. The PR professional's handbook: powerful, practical communications. Kogan Page, 2014. 376 pages.
8. Gregory A. Planning and managing public relations campaigns: a strategic approach. Kogan Page, 2015. 224 pages.
9. Frazer P. Seitel The practice of public relations. N.-Y. etc.: Macmillan, 2012. 664 pages.

Додаткова література

10. Астрід Коль. Експрес-курс Робота з мас-медіа. Київ : Академія Української Преси, 2005. 69 с.
11. Афанасьєв І.Ю. Історія PR : навч. посіб. Київ : Алерта, 2016. 140 с.
12. Куліш А. Практика PR по-українському. Щоденні поради PR-початківцям. Київ : ТОВ «АДЕФ-Україна», 2005. 336 с.
13. Романовський О.Г., Серета Н.В. Особистість сучасного керівника в аспекті теорії духовного лідерства. *Теорія і практика управління соціальними системами*. 2013. № 3. С. 20-27. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tipuss_2013_3_4
14. Merry Aronson, Don Spetner The Public Relations writer's handbook . Y. etc.: Lexington Books, 2009. 210 pages.
15. Jon White, Laura Mazur. Strategic communications management. Making Public Relations work Wokingham etc.: Addison – Wesley, 2009. 277 pages.
16. Polly Bird. Sell Yourself. Persuasive tactics to boost your image. London : Pitman, 2009. 92 pages.

Система оцінювання

Критерії оцінювання успішності студента та розподіл балів

100% підсумкової оцінки складаються з результатів оцінювання у вигляді заліку (20%) та поточного оцінювання (80%).
 Залік: усне опитування (10%) та захист PR-проєкту (10%).
 Поточне оцінювання: практичні заняття (20%), поточні завдання для самостійної роботи (10%), реферат (20%), PR-проєкт (30%).

Шкала оцінювання

Сума балів	Національна оцінка	ECTS
90–100	Відмінно	A
82–89	Добре	B
75–81	Добре	C
64–74	Задовільно	D
60–63	Задовільно	E
35–59	Незадовільно (потрібне додаткове вивчення)	FX
1–34	Незадовільно (потрібне повторне вивчення)	F

Норми академічної етики і політика курсу

Студент повинен дотримуватися «Кодексу етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність.

Конфліктні ситуації повинні відкрито обговорюватися в навчальних групах з викладачем, а при неможливості вирішення конфлікту – доводитися до відома співробітників дирекції інституту. Нормативно-правове забезпечення впровадження принципів академічної доброчесності НТУ «ХПІ» розміщено на сайті: <http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akademichna-dobrochesnist/>

Погодження

Силабус погоджено

Дата погодження, підпис

Завідувач кафедри
Ніна ПІДБУЦЬКА

Дата погодження, підпис

Гарант ОП
Лариса ГРЕНЬ