**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Кафедра соціології та політології

(назва)

«**ЗАТВЕРДЖУЮ**»

Завідувач кафедри

Ю. А. Калагін

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (ініціали та прізвище) (підпис)

«27» серпня 2020 року

**ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Соціологія зв'язків з громадськістю

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти Другий (магістерський)

перший (бакалаврський) / другий (магістерський)

галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки

(шифр і назва)

спеціальність 054 Соціологія

(шифр і назва )

освітня програма Соціологічне забезпечення економічної діяльності

(назви освітніх програм спеціальностей )

вид дисципліни професійна підготовка (обов’язкова)

(загальна підготовка (обов’язкова/вибіркова) / професійна підготовка (обов’язкова/вибіркова))

форма навчання денна

(денна/заочна)

Харків – 2020 рік

Модуль 1. Теоретичні і організаційні засади рекламної діяльності.

Тема 1. Теоретичні основи PR діяльності

План

1. PR як соціальна технологія.
2. Передумови виникнення PR як сфери людської діяльності і наукової дисципліни.
3. Сутність, принципи і функції PR.
4. Головні етапи формування концепції PR.
5. Зародження і розвиток професійної PR-діяльності в США та у Великій Британії.

***Теми рефератів***

1. Історія розвитку паблік рілейшнз в комерційній сфері.
2. Зв'язки з громадськістю в розвиненій індустріальній економіці і в економіці інформаційного суспільства.
3. Роль PR в ринковій економіці.

***Література:*** 1-5

**Тема 2.****Глобалізація PR як професійної системи. Споріднена з PR діяльність**

***План***

1. Головні відмінності PR від споріднених сфер діяльності (паблісіті, маркетинг, реклама, торгівля, промоушн і т.д.).
2. Становлення PR як професійної системи у всесвітньому просторі
3. Закони, що регулюють PR-діяльність

***Теми рефератів***

1. Менеджмент, маркетинг, реклама і PR: подібності та відмінності.
2. Взаємодія рілайтерскіх служб політичних організацій, державних органів і комерційної сфери.
3. Лобізм.

***Література:*** 1-5

**Тема 3. Громадськість в галузі паблік рилейшнз. Аудиторія в галузі PR**

***План***

1. Поняття громадськості.
2. Типологія груп громадськості.
3. Пріоритетні групи громадськості.
4. Загальні технології взаємодії з певними цільовими групами

***Теми рефератів***

1. Способи PR -активності фірми.
2. Структура і бюджет PR -відділу.
3. Основні вимоги, що пред'являються до співробітника PR -служби комерційної фірми.

***Література:*** 1-5

**Тема 4. Громадська думка як об’єкт діяльності у галузі зв’язків з громадськістю**

***План***

1. Визначення поняття громадської думки
2. Ознаки громадської думки
3. Закони формування громадської думки за Х. Кентрілом

***Теми рефератів***

1. Місце PR -служби в кадровій політиці фірми.
2. Внутрішній маркетинг (внутрішній PR) в комерційної організації.
3. Імідж, паблісіті, реклама.

***Література:*** 1-5

**Тема 5. Соціально-психологічні основи управління громадською думкою в PR**

***План***

1. Визначення і теоретичні підходи у дослідженні масової комунікації.
2. Система масової комунікації.
3. Натовп і закономірності його поведінки
4. Чутки як передача предметних відомостей по каналам міжособистісного спілкування

***Теми рефератів***

1. Фірмовий стиль і корпоративна культура.
2. Планування PR -акції комерційної фірми.
3. Формування стійкої репутації фірми.

***Література:*** 1-5

**Тема 6. Інформаційна та комунікативна діяльність. Канали комунікації в PR**

***План***

1. Моделі масової комунікації.
2. Візуальна та вербальна комунікації.
3. Засоби інформації та інші канали комунікації.
4. Засоби медіа комунікації

***Теми рефератів***

1. Шляхи взаємодії зі споживачем і клієнтом.
2. Діловий прийом як форма PR -діяльності фірми.
3. Способи роботи комерційних організацій з СМК.

***Література:*** 1-5

**Тема 7. Галузі функціонування PR**

***План***

1. Політичні PR. Політик як об’єкт політичних PR.
2. PR державних органів влади
3. Фінансові PR
4. PR силових структур і спецслужб
5. PR некомерційних сфер як діяльність
6. Міжнародні PR

***Теми рефератів***

1. Основні принципи роботи прес-служби і прес-секретаря.
2. PR в інвестиційно-фінансової діяльності..

***Література:*** 1-5

**Модуль 2. Використання PR в управлінні організацією**: **планування, дослідження, оцінка**

**Тема 8. Паблік рилейшнз в функціональній структурі організації. Імідж організації**

1 Структура відділу зв’язків з громадськістю.

2 Напрямки діяльності служби зв’язків з громадськістю

3 Імідж організації і соціальні стереотипи.

4 Соціальні стереотипи і громадське сумління

***Теми рефератів***

1. Основні принципи роботи прес-служби і прес-секретаря.
2. PR в інвестиційно-фінансової діяльності..

***Література:*** 1-5

**Тема 9. Внутрішній PR. Спеціальні події в паблік рилейшнз**

1 Система внутрішнього інформування громадськості

2 Корпоративна культура.

3 Спеціальні події в організації

4 Імідж керівника організації

***Теми рефератів***

1. Виставки і ярмарки.
2. Культурні програми і спеціальні акції як засіб PR.
3. Друкарська продукція в PR.

***Література:*** 1-5

**Тема 10. Зовнішній PR. Організація відносин із ЗМІ**

1. Презентаційні заходи організації

2. Інтернет в паблік рилейшнз

3. Організація відносин із ЗМІ

4. Етика відносин організації із ЗМІ.

1. Засоби паблік рилейшнз в організації ефективних відносин із ЗМІ

***Теми рефератів***

1. Фото-, кино- і відеоматеріали в PR.
2. Технічні засоби PR : оргтехніка і ПК.
3. PR і соціально-культурна сфера.

***Література:*** 1-10

**Тема 11. PR в кризовій ситуації**

1. Визначення та типологія криз

2. Управління проблемами з метою запобігання криз

3. Управління в умовах кризи. Помилки організацій в умовах кризи.

***Теми рефератів***

1. Організація PR з населенням. Розвиток комунальних отно-шений
2. Усна мова і ділове спілкування в PR.
3. PR і особиста культура менеджера.

***Література:*** 1-5

**Тема. 12. Дослідницька робота в паблік рилейшнз Планування в паблік рилейшнз**

1. Паблік рилейшнз і дослідження громадськості

2. Типи досліджень громадської думки

3. Основні етапи стратегічного планування

***Теми рефератів***

1. Основні принципи роботи прес-служби і прес-секретаря.
2. PR в інвестиційно-фінансової діяльності..

***Література:*** 1-5

**Тема 13. PR-програма. Реалізація PR-програми. Оцінка результатів PR-програми**

1. Елементи програмування PR-діяльності

2. Формула планування, проведення та оцінки PR-проектів

3. Оціночне дослідження як процес оцінки плану дій у сфері паблік рилейшнз

4. Етапи оцінки PR-програми

***Теми рефератів***

1. Фірмовий стиль і корпоративна культура в PR: зміст і значення.
2. Поточний прийом: вимоги до організації.
3. Проблема ефективності PR : значення, підходи, моделі і критерії

***Література:*** 1-5

**Тема 14. PR-кампанія. Аналіз успішних PR-кампаній**

1. Модель PR-кампанії для розвитку успішної організації

2. Завдання PR-кампаній

3. Типи PR-кампаній

***Теми рефератів***

1. Організаційна культура (культура фірми) і фірмовий стиль.
2. Зовнішній вигляд персоналу фірми і PR.
3. Архітектурний і оформлювальний дизайн фірми.

***Література:*** 1-5

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

**Базова література**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Іванов В.Ф., Бугрим В.В., Башук А.І. [та інші] Основи реклами і зв’язків із громадськістю: підручник / За ред. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна. - К.: ВПЦ «Київський університет», 2011. - 431 с. |
| 2 | Королько В., Некрасова О. Зв’язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. – К., 2009. – 831 с. |
| 3 | Королько В.Г. Паблік  рилешнз. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 2-е вид. Доп.-К.: Видавничий дім “Скарби”, 2011.- 400 с. |
| 4 | Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю [Електронний ресурс]: навч. посіб. / Є. Б. Тихомирова. - К. : НМЦВО, 2001. - 580 с.  |
| 5 | Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика. Підручник. – К., 2011. – 464 с. |

**Допоміжна література**

|  |  |
| --- | --- |
| 6 | Білоус В.С. Зв’язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності: Навч. посіб. - К.: КНЕУ, 2005. -275 с. - Режим доступу: http://ubooks.com.ua/books/0008/inx2.php  |
| 7 | Дульфан С.Б. Взаємодія з громадськістю як складова розвитку міста. - Режим доступу: http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2013- 3/doc/3/06.pdf  |
| 8 | Запровадження комунікацій у суспільстві/За заг. ред.Н.К. Дніпренко, В.В. Різуна. - К.: ТОВ «Вістка», 2009. - 56 с. - Режим доступу: http://www.fes.kiev.ua/new/wb/media/publikationen/Com\_politics\_FINAL .pdf  |
| 9 | Павленко А. В. Методичні вказівки до лекційних, практичних занять та самостійної роботи з дисципліни "Історія зв'язків із громадськістю" [Текст]: для студ. спец. 6.030302 "Реклама і зв'язки з громадськістю" денної форми навчання / А. В. Павленко. - Суми : СумДУ, 2013. - 30 с  |
| 10 | Тодорова О. Інновації в комунікаціях. Інноваційний PR-інструментарій в соціальних комунікаціях сучасного бізнесу : монографія. – К., 2015. – 176 с.  |
| 11 | Шаблій І. Зв'язки з громадськістю: запрошення до діалогу, якого немає [Текст] / І. Шаблій // Телекритика. - 2010. - № 9-10. - С. 60-63.  |

**ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ**

* www.isras.ru – офіційний сайт Інституту Соціології РАН.
* www.sau.kiev.ua – офіційний сайт соціологічної асоціації України (устав САУ, кодекс професійної етики соціолога, указ президента про розвиток соціологічної науки).
* www.useps.org– офіційний сайт українського центру економічних та політичних досліджень ім. Разумкова (представлені результати досліджень, діаграми, кількісні показники, наводяться дані порівняльних досліджень).
* www.socis.kiev.ua – сайт центру соціальних та маркетингових досліджень (Київ), викладено багатий емпіричний матеріал (результати соціологічних досліджень, публікації центру, статистичні дані).
* www.uceps.com.ua/ukr/all/sociology (Архів соціологічних даних Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, м.Київ).
* www.ukrstat.gov.ua (Статистичні матеріали Держкомстату України)
* www.sociology.kharkov.ua (Домашня сторінка харківських соціологів)
* www.i-soc.com.ua (Домашня сторінка Інституту соціології НАН України)