



## Силабус освітнього компонента

Програма навчальної дисципліни

# Соціологія зв'язків з громадськістю



*Шифр та назва спеціальності*

054 - соціологія

*Інститут*

ННІ Соціально-гуманітарних технологій

*Освітня програма*

Соціологічне забезпечення економічної діяльності

*Кафедра*

Соціології і публічного управління (305)

*Рівень освіти*

Магістр

*Тип дисципліни*

Спеціальна (фахова), вибіркова

*Семестр*

2

*Мова викладання*

Українська,

## Викладачі, розробники



**Шанідзе Надія Олександрівна**

*nashanidze@ukr.net*

Кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології і публічного управління.

Авторка понад 60 наукових і навчально-методичних публікацій.

Провідна лекторка з курсів «Соціологія управління», «Теоретична соціологія XXI століття», «Крос-культурні комунікації» «Соціологія мови», «Соціологія особистості та девіантної поведінки», "Методологія та методи роботи з персоналом", "Філософія економічної діяльності"

*Детальніше про викладача на сайті кафедри*

*<https://web.kpi.kharkov.ua/sp/>*

## Загальна інформація

### Анотація

Курс "Соціологія зв'язків з громадськістю" дає можливість використовувати соціологічні методи для дослідницьких проєктів у галузі PR, організації роботи PR служб, проведення соціальної експертизи рішень пов'язаних зі створенням позитивного іміджу сучасних організацій.

### Мета та цілі дисципліни

Сформувати у студентів уявлення про сутність PR комунікації, а також вміння аналізувати, планувати і контролювати PR діяльність.

### Формат занять

Лекції, практичні заняття, самостійна робота, консультації. Підсумковий контроль – іспит.

### Компетентності

Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) (ЗКОЗ)

*Здатність працювати в міжнародному контексті (ЗК04)*  
*Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт (ЗК05)*  
*Здатність приймати обґрунтовані рішення (ЗК06)*  
*Здатність розробляти та оцінювати соціальні проекти і програми (ЗК07)*

## **Результати навчання**

*Аналізувати соціальні явища і процеси, використовуючи емпіричні дані та сучасні концепції і теорії соціології (ПР01)*  
*Розробляти і реалізовувати соціальні та міждисциплінарні проекти з урахуванням соціальних, економічних, правових, екологічних та інших аспектів суспільного життя (ПР03)*

## **Обсяг дисципліни**

*Загальний обсяг дисципліни 90 год. (3 кредитів ECTS): лекції – 16 год., практичні заняття – 16 год., самостійна робота – 58 год.*

## **Передумови вивчення дисципліни (пререквізити)**

*Інтернет-дослідження економічної діяльності, соціологічний супровід економічної діяльності*

## **Особливості дисципліни, методи та технології навчання**

*Навчання і викладання здійснюється за допомогою мультимедійних засобів, студенти залучені до проектної діяльності.*

## **Програма навчальної дисципліни**

### **Теми лекційних занять**

#### **Тема 1. Історія становлення та функціональний зміст PR**

*Хронологія і динаміка розвитку паблік рилейшнз у світовому просторі, особливості PR як соціальної технології, визначення PR.*

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

*Напрямки сучасної діяльності паблік рилейшнз (зв'язки з громадськістю, управління корпоративним іміджем, створення сприятливого іміджу особистості (організації), створення відносин із ЗМІ, робота з внутрішньою громадськістю, взаємовідносини з інвесторами, проведення мобілізаційних та презентаційних заходів, управління кризовими ситуаціями, управління процесом адекватного сприйняття аудиторією повідомлень).*

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

*Громадськість як група людей, які тим чи іншим чином пов'язані із життєдіяльністю організації або установи. Пріоритетні групи громадськості як такі, що мають виняткову вагу в реалізації певної PR-програми.*

#### **Тема 4. Галузі функціонування PR**

*Політичні PR. PR державних органів влади – як діяльність, спрямована на вироблення, тиражування, розповсюдження інформації, необхідної для досягнення мети певного органу влади. Фінансові PR. PR силових структур і спецслужб. Міжнародні PR як діяльність з досягнення взаєморозуміння шляхом зближення географічних, культурних, мовних відмінностей. PR некомерційних сфер.*

#### **Тема 5. Внутрішній та зовнішній PR.**

*Система внутрішнього інформування громадськості та корпоративна культура. Корпоративний стиль. Вимоги до корпоративного стилю організації. Імідж керівника організації. Презентаційні заходи організації. Презентаційні матеріали. Веб-сайт організації. Засоби масової інформації (печатні, фото, аудіовізуальні), Інтернет в паблік рилейшнз.*

### **Тема 6. PR в кризовій ситуації**

Управління проблемами з метою запобігання криз, увага до сильних і слабких місць. Управління в умовах кризи. План комунікації як складова частина загального плану подолання кризи, кризова команда, речник (прес-секретар).

### **Тема 7. PR-програма. Реалізація PR-програми. Оцінка результатів PR-програми**

Програмування як вироблення системи складових елементів послідовного розгортання зв'язків з різними групами громадськості задля втілення у життя соціальної місії організації.

### **Тема 8. PR-кампанія. Аналіз успішних PR-кампаній**

Модель PR-кампанії для розвитку успішної організації: формулювання місії організації, позиціонування, формування корпоративної культури, створення позитивних зв'язків з громадськістю, підтримання позитивної репутації. Завдання PR-кампаній (позиціонування, вирішення кризових ситуацій, виправлення репутації).

## **Теми практичних занять**

### **Тема 1. Історія становлення та функціональний зміст PR**

Хронологія і динаміка розвитку паблік рилейшнз у світовому просторі, особливості PR як соціальної технології, визначення PR.

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

Напрямки сучасної діяльності паблік рилейшнз (зв'язки з громадськістю, управління корпоративним іміджем, створення сприятливого іміджу особистості (організації), створення відносин із ЗМІ, робота з внутрішньою громадськістю, взаємовідносини з інвесторами, проведення мобілізаційних та презентаційних заходів, управління кризовими ситуаціями, управління процесом адекватного сприйняття аудиторією повідомлень).

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

Громадськість як група людей, які тим чи іншим чином пов'язані із життєдіяльністю організації або установи. Пріоритетні групи громадськості як такі, що мають виняткову вагу в реалізації певної PR-програми.

### **Тема 4. Галузі функціонування PR**

Політичні PR. PR державних органів влади – як діяльність, спрямована на вироблення, тиражування, розповсюдження інформації, необхідної для досягнення мети певного органу влади. Фінансові PR. PR силових структур і спецслужб. Міжнародні PR як діяльність з досягнення взаєморозуміння шляхом зближення географічних, культурних, мовних відмінностей. PR некомерційних сфер.

### **Тема 5. Внутрішній та зовнішній PR.**

Система внутрішнього інформування громадськості та корпоративна культура. Корпоративний стиль. Вимоги до корпоративного стилю організації. Імідж керівника організації. Презентаційні заходи організації. Презентаційні матеріали. Веб-сайт організації. Засоби масової інформації (печатні, фото, аудіовізуальні), Інтернет в паблік рилейшнз.

### **Тема 6. PR в кризовій ситуації**

Управління проблемами з метою запобігання криз, увага до сильних і слабких місць. Управління в умовах кризи. План комунікації як складова частина загального плану подолання кризи, кризова команда, речник (прес-секретар).

### **Тема 7. PR-програма. Реалізація PR-програми. Оцінка результатів PR-програми**

Програмування як вироблення системи складових елементів послідовного розгортання зв'язків з різними групами громадськості задля втілення у життя соціальної місії організації.

## Тема 8. PR-кампанія. Аналіз успішних PR-кампаній

Модель PR-кампанії для розвитку успішної організації: формулювання місії організації, позиціонування, формування корпоративної культури, створення позитивних зв'язків з громадськістю, підтримування позитивної репутації. Завдання PR-кампаній (позиціонування, вирішення кризових ситуацій, виправлення репутації).

### Теми лабораторних робіт

Лабораторні роботи відсутні

#### Самостійна робота

Самостійна робота передбачає підготовку проекту із моделювання успішної PR компанії та оцінки якості її ефективності. Оцінка відбувається під час захисту роботи у вигляді доповіді та презентації під час практичного заняття. Також передбачено написання рефератів за актуальними темами розвитку системи зв'язків з громадськістю в світі. Студентам надаються матеріали сучасних наукових досліджень для самостійного ознайомлення та обговорення на практичному занятті

## Література та навчальні матеріали

### Базова література

1	Березенко В. В. PR в Україні: наукове осмислення феномену: Монографія. – К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2013. – 360 с.
2	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.
3	Королько В., Некрасова О. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. – К., 2009. – 831 с.
4	Королько В.Г. Паблік рилешнз. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 2-е вид. Доп.-К.: Видавничий дім "Скарби", 2011.- 400 с.
5	Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю [Електронний ресурс]: навч. посіб. / Є. Б. Тихомирова. - К. : НМЦВО, 2001. - 580 с.
6	Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика. Підручник. – К., 2011. – 464 с.

### Допоміжна література

7	Білоус В.С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності: Навч. посіб. - К.: КНЕУ, 2005. -275 с. - Режим доступу: <a href="http://ubooks.com.ua/books/0008/inx2.php">http://ubooks.com.ua/books/0008/inx2.php</a>
8	Дульфан С.Б. Взаємодія з громадськістю як складова розвитку міста. - Режим доступу: <a href="http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/tpdu/2013-3/doc/3/06.pdf">http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/tpdu/2013-3/doc/3/06.pdf</a>
9	Запровадження комунікацій у суспільстві/За заг. ред.Н.К. Дніпренко, В.В. Різуна. - К.: ТОВ «Вістка», 2009. - 56 с. - Режим доступу: <a href="http://www.fes.kiev.ua/new/wb/media/publikationen/Com_politics_FINAL.pdf">http://www.fes.kiev.ua/new/wb/media/publikationen/Com_politics_FINAL.pdf</a>
10	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
11	Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : Навч. посібник. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 202 с.
12	Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: Навч.посібник. – 3-тє вид.,випр.і доп. – Київ : Знання, 2006. – 327 с.
13	Тодорова О. Інновації в комунікаціях. Інноваційний PR-інструментарій в соціальних комунікаціях сучасного бізнесу : монографія. – К., 2015. – 176 с.
14	Шаблій І. Зв'язки з громадськістю: запрошення до діалогу, якого немає [Текст] / І. Шаблій // Телекритика. - 2010. - № 9-10. - С. 60-63.

## Система оцінювання

### Критерії оцінювання успішності студента та розподіл балів

100% оцінювання складається з підсумкового контролю - залік (20%) та поточного контролю - 80%.

Поточний контроль містить оцінювання участі у практичних заняттях (доповіді за темами) - 40 % (8\*5), контрольні роботи за модулями 20% (2\*10), виконання індивідуальних проектів (рефератів) - 20%

### 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  
Володимир МОРОЗ

30.06.23

Дата погодження, підпис

Гарант ОП  
Юрій КАЛАГІН

30.06.23