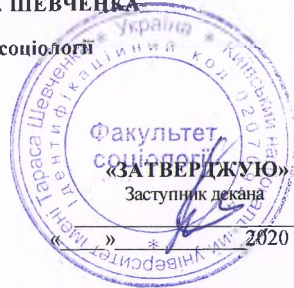


КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет соціології

Кафедра галузевої соціології





РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ТЕХНОЛОГІЇ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

для студентів

галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки
спеціальність 054 «Соціологія»
освітній рівень бакалавр
освітня програма «Соціальні технології»
вид дисципліни вибіркова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2020/2021
Семестр	8
Кількість кредитів ECTS	4
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	Іспит

Викладач: Боровський О.О.

Пролонговано: на 2021/2022.  Червінська Т.Г. «31» 08 2021р.
на 2022/2023  Червінська Т.Г. «29» 07 2022р.

КИЇВ – 2020

Розробник:

Боровський О.О., кандидат соціологічних наук, доцент кафедри галузевої соціології

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри галузевої соціології

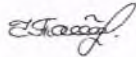

_____ Безрукова О.А.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Протокол № 1 від «28» 08 2020 р.

Схвалено науково-методичною комісією факультету соціології

Протокол №1 від «28» серпня 2020

Голова науково-методичної комісії



Червінська Т.Г.

1. Мета дисципліни – створення цілісного розуміння теоретичних засад, сутності та специфіки розробки, організації та впровадження технологій зв'язків з громадськістю, а також оцінювання їх ефективності.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:

Для ефективного оволодіння знаннями, вміннями і навичками у сфері соціології зв'язків з громадськістю є опанування студентами основ таких навчальних дисциплін як «Соціологія масових комунікацій» та «Соціологія політики».

3. Анотація навчальної дисципліни:

Дисципліна скерована на формування навичок використання понятійного і методичного інструменту соціологічної науки для аналізу сутності системи зв'язків організації з цільовою аудиторією та її елементів, закономірності і випадковості їх виникнення, функціонування й розвитку, принципи і методи діяльності по формуванню і управлінню громадською думкою в інтересах організації і громадськості.

Навчальна дисципліна «Технології зв'язків з громадськістю» підготовлена для студентів «Соціальні технології» – освітня програма, спеціальності "Соціологія" і, з одного боку, – є продовженням циклу загально гуманітарних курсів, з іншого – відкриває новий напрямок соціологічного аналізу зв'язків з громадськістю.

4. Завдання (навчальні цілі): спрямовані на засвоєння знань та опанування навичок з організації роботи в сфері зв'язків з громадськістю; формування вміння оцінювати ефективність різних соціальних технологій у комунікаційному процесі.

Що спрямовано на формування наступних **компетентностей:**

- ФК13. Здатність до планування та реалізації заходів з удосконалення форм і методів запровадження соціальних технологій.
- ФК14. Здатність аналізувати існуючий досвід впровадження соціальних технологій.
- ФК19. Вміння описувати політичні явища з точки зору соціальних інтересів та очікувань.
- ФК20. Вміння вибирати ефективні соціальні технології в роботі з різними соціальними категоріями
- ФК21. Вміння використовувати методи та форми соціальних технологій з метою прогнозування та аналізу тенденцій суспільного розвитку залежно від соціальної взаємодії.

5. Результати навчання за дисципліною:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1.1	Мати знання про методологічні та методичні засади зв'язків з громадськістю та організації PR-кампаній	Лекція, практичні, самостійна робота	Усні доповіді	15
1.2	Мати уявлення щодо базових механізмів, принципів та технологій організації та проведення PR-кампаній	Лекція, практичні, самостійна робота	Контрольна робота 1, усні доповіді	20
2.1	Вміти налагоджувати комунікаційний зв'язок між різними соціальними групами	Лекція, практичні, самостійна робота	Контрольна робота 2, усні доповіді	30
2.2	Вміти застосовувати в практичній соціологічній діяльності основні методи дослідження громадської думки	Лекція, практичні, самостійна робота	Аналітичне підсумкове завдання	35

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

Програмні результати навчання (назва)	Результати навчання дисципліни (код)			
	1.1	1.2	2.1	2.2
прп18. Знати ефективні соціальні технології, враховуючи особливості різних соціально-демографічних груп	+		+	+
прп19 Використовувати соціальні технології з метою моніторингу оцінки стану соціального середовища, в якому перебувають об'єкти соціологічного дослідження.	+	+		
прп21. Аналізувати існуючий досвід впровадження соціальних технологій		+		+
прп26. Оцінювати політичні явища з точки зору соціальних інтересів та очікувань.	+		+	
прп28. Демонструвати вміння володіти методами та формами соціальних технологій з метою прогнозування та аналізу тенденцій суспільного розвитку залежно від суб'єктів соціальної взаємодії.		+		+

7. Схема формування оцінки.

7.1 Форми оцінювання студентів:

- семестрове оцінювання:

- активна робота на практичних заняттях та усні доповіді: РН1.1, РН1.2, РН2.1., РН2.2 – **30/21 бал**
- контрольна робота 1: РН1.1, РН2.1, РН2.2., – **10/5 балів**
- контрольна робота 2 РН1.1, РН2.1 – **10/5 балів**
- аналітичне підсумкове завдання: РН1.1, РН1.2, РН2.1., РН2.2 – **10/5 балів**

- підсумкове оцінювання – іспит РН 2.1., 2.2

- умови допуску до підсумкового іспиту: для студентів, які набрали сумарно меншу кількість балів, ніж *критично-розрахунковий мінімум – 36 балів* для одержання допуску до іспиту обов'язковим є складання контрольних робіт.

7.2 Організація оцінювання:

- Оцінювання роботи під час семінарських занять з тем 1-10: РН 1.1, 1.2, 2.1, 2.2 — протягом навчального семестру.
- КР з тем 1-5, РН1.1, РН2.1, РН2.2. – після теми 5
- КР з тем 6-10, РН2.1., РН2.2 – після теми 10
- Аналітичне підсумкове завдання з тем 1-10, РН1.1, РН1.2, РН2.1., РН2.2 – після теми 10

7.3 Шкала відповідності оцінок

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно / Fail	0-59

8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план лекцій та практичних занять

№ п/п	Номер і назва теми*	Кількість годин		
		Лекції	Практичні	Самостійна робота
Частина 1. Зв'язки з громадськістю у сучасному світі: загальні основи				
1	Сутність та зміст дисципліни «Технології зв'язків з громадськістю»	2	4	6
2	Історія розвитку PR-технологій	2	2	6
3	Комунікація у зв'язках з громадськістю	2	4	6
4	Інституційні аспекти зв'язків з громадськістю	2	2	6
5	Паблік релейшенз і пропаганда: методичні особливості та специфіка практичного здійснення	4	4	6
Частина 2. Зв'язки з громадськістю як фактор розвитку суспільства.				
6	Технології в галузі паблік релейшенз: визначення, класифікація, закономірності функціонування	2	2	6
7	Громадська думка як об'єкт діяльності у галузі зв'язків з громадськістю	2	4	6
8	Комунікаційний цикл в паблік релейшенз: дослідження, планування, реалізація, оцінка	2	4	6
9	PR-кампанія. Аналіз успішних PR-кампаній	4	2	6
10	Моделювання PR-кампаній	4	4	6
	Контрольна робота 2		2	
	ВСЬОГО	26	34	60

Загальний обсяг 120 год. в тому числі:

Лекцій – 26 год.

Практичних – 34 год.

Самостійна робота – 60 год.

9. Рекомендовані джерела:

Основна: (Базова)

1. Королько В.Г. Паблік релейшенз. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 2-е вид. Доп.-К.: Видавничий дім "Скарби", 2001.- 400 с. (Розділ 1, 2, 3, 7, 8)
2. Полторак В. А. Социология общественного мнения: Учебное пособие. — Киев — Днепропетровск: Центр «Социополис» - Издательство «Арт-Пресс», 2000. — 264 с.
3. Gregory A. Planning and Managing Public Relations Campaigns a Strategic Approach (PR in Practice) / 3ed. – L.: Kogan Page Publishers, 2010 – 188 p.

Додаткова:

1. Бердников И.П., Стрижова А.Ф. PR-коммуникации: Практическое пособие – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 2008 с.

2. Бузин В.Н., Бузина Т.С. Медиапланирование для практиков. – М.: Вершина, 2006. – 448 с.
3. Джефкинс Фрэнк, Ядин Дэниэл. Паблік рилейшнз: учебное пособие для вузов. / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 416 с.
4. Иванов В.Ф. Соціологія масової комунікації [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=109>
5. Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблік рилейшнз. Теория и практика, 8-е изд. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 624 с.
6. Костенко Н.В., Иванов В.Ф. Досвід контент-аналізу. Моделі та практики: Монографія. К.: Центр вільної преси, 2003. – 200 с.
7. Московичи С. Век толпы. Исторический трактат по психологии масс. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1996. – 478 с.
8. Медіасвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Иванов, О. Волошенко; За наук. ред. В. Різуна. – К.: Центр Вільної Преси, 2013. – 352 с.
9. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: Навчальний посібник. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2000. – 506 с.
10. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз для професіоналов. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. – 624 с.
11. Самые успешные PR-кампании в мировой практике. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт», ИНФРА-М, 2002. – 310 с.
12. Филипс Д. PR в Интернете / Дэвид Филипс. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. — 320 с.
13. Харрисон Ш. Связи с общественностью. Вводный курс. — СПб.: Издательский дом «Нева»; М.: ОЛМА-ПРЕСС ИНВЕСТ, 2003. — 368 с.
14. Хейг М. Электронный Public Relations. — М.: ФАИР-ПРЕСС. 2002. — 192 с.