

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет соціології

Кафедра галузевої соціології



Розробник: Олексій БОРОВСЬКИЙ, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри галузевої соціології

ЗАТВЕРДЖЕНО
Зав. кафедри галузевої соціології
(підпис) (Ольга БЕЗРУКОВА)

Протокол № 20 від «24» 07 2022 р.

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 2022/2023
Семестр 8
Кількість кредитів ECTS 3
Мова викладання, навчання та оцінювання українська
Форма заключного контролю залік

Викладач: Олексій БОРОВСЬКИЙ

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. () «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)
на 20__/20__ н.р. () «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

КИЇВ – 2022

Схвалено науково - методичною комісією факультету соціології

Протокол від «29» липня 2022 року № 8

Голова науково-методичної комісії Тетяна ЧЕРВІНСЬКА

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 «Загальна соціологія», «Соціологія політики».

3. **Анотація навчальної дисципліни:**

Курс скерований 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 ОП «Соціальні технології», 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):** 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:

- СК1.1. Здатність застосовувати соціальні технології для регулювання соціальних відносин та вирішення конфліктів.
- СК1.3. Вміння обирати ефективні соціальні і комунікативні технології в роботі з різними соціальними групами.

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	Усні доповіді Контрольна робота 1	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**

Результати навчання дисципліни (код)	1.1	1.2	2.1	2.2
Програмні результати навчання (назва)				
PH13. Застосовувати ефективні соціальні технології, враховуючи соціально-демографічні особливості різних соціальних груп.	+		+	+
PH17. Застосовувати ефективні соціальні, комунікативні, маркетингові технології в роботі з різними соціальними групами.		+		+

7. **Схема формування оцінки.**

7.1 **Форми оцінювання студентів:**

- семестрове оцінювання:

1. активна робота на практичних заняттях: PH1.1, PH1.2, PH2.1., PH2.2 – 55/35 бали
2. контрольна робота 1: PH1.1, PH2.1, PH2.2. – 20/10 балів
3. контрольна робота 2: PH1.1, PH2.1.– 10/5 балів
4. аналітичне підсумкове завдання: PH1.1, PH1.2, PH2.1., PH2.2 – 15 балів/10 балів

- підсумкове оцінювання у формі заліку – як сумарний результат накопичених за семестр балів. Для студентів, які набрали сумарно меншу кількість балів за критично-розрахунковий мінімум – 60 балів для одержання заліку обов'язковим є повторне складання контрольних робіт.

7.2 **Організація оцінювання:**

1. активна робота на практичних заняттях PH1.1, PH1.2, PH2.1., PH2.2 – протягом семестру
2. КР з тем 1-5, PH1.1, PH2.1, PH2.2.
3. КР з тем 6-10, PH1.2, PH2.1.
4. Аналітичне підсумкове завдання з теми 9-10, PH1.1, PH1.2, PH2.1., PH2.2

7.3 **Шкала відповідності оцінок**

Зараховано / Passed	60-100
Не зараховано / 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
<i>Частина 1. Зв'язки з громадськістю у сучасному світі: загальні основи</i>				
1	Сутність та зміст дисципліни «Технології зв'язків з громадськістю»	2	2	4
2	Історія розвитку PR-технологій	2	2	4
3	Комунікація у зв'язках з громадськістю	2	2	4
4	Інституційні аспекти зв'язків з громадськістю	2	2	4
5	Паблік релейшенз і пропаганда: методичні особливості та специфіка практичного здійснення	4	2	6
<i>Частина 2. Зв'язки з громадськістю як фактор розвитку суспільства.</i>				
6	Технології в галузі паблік релейшенз: визначення, класифікація, закономірності функціонування	2	2	4
7	Громадська думка як об'єкт діяльності у галузі зв'язків з громадськістю	2	2	4
8	Комунікаційний цикл в паблік релейшенз: дослідження, планування, реалізація, оцінка	2	2	4
9	PR-кампанія. Аналіз успішних PR-кампаній	4	2	6
10	Моделювання PR-кампаній	4	4	6
	Контрольна робота		2	
	ВСЬОГО	26	24	46

Загальний обсяг 90 год. в тому числі:

Лекцій – 20 год.

Практичних – 24 год.

Самостійна робота – 46 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. Кетлін К., Гакет Р. Політична комунікація і висвітлення новин у демократичних суспільствах / Пер. с англ. Р. Ткачук. – К.: "Основи", 2000 – 142 с.
3. Сучасні методики контент аналізу: навчальний посібник. За заг.ред. Костенко Н.В. – К.: "Кондор", 2018 – 416 с. (Розділ 1.7, 2, 3, 4)
4. Gregory A. Planning and Managing Public Relations Campaigns a Strategic Approach (PR in Practice) / 3ed. – L.: Kogan Page Publishers, 2010 – 188 p.

Додаткова:

1. Іванов В.Ф. Соціологія масової комунікації [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=book_index&book=109
2. Костенко Н.В., Іванов В.Ф. Досвід контент-аналізу. Моделі та практики: Монографія.К.: Центр вільної преси, 2003. – 200 с.
3. Климаська Л.Д. Зв'язки з громадськістю: технології прагматичної комунікації:навчальний посібник/ Л.Д.Климаська. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 164 с.
4. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Іванов, О. Волошенко; За наук. ред. В. Різуна. – К.: Центр Вільної Преси, 2013. – 352 с.
5. Почепцов Г. Г. Паблік релейшенз: Навчальний посібник. – К.: Т-во "Знання", КОО, 2000. – 506 с.