

**Повна назва:** Паблік рілейшнз

**Статус:** нормативна

**Мета:** ознайомити студентів з базовими засадами (принципами, засобами, технологіями) та мистецтвом менеджменту паблік рілейшнз (зв'язків з громадськістю) організації будь-якого профілю діяльності, з особливостями паблік рілейшнз політичних, комерційних та некомерційних (громадських, соціальних, освітніх) організацій і установ.

**Обсяг, методики і технології викладання дисципліни:** тематичний план дисципліни «Паблік рілейшнз» складається з двох навчальних модулів – теоретичного та практичного спрямування. Для визначення рівня засвоєння слухачами навчального матеріалу застосовуються лекційні, семінарські заняття, аудиторі та домашні практичні роботи, групові та індивідуальні консультації стосовно роботи з навчальною та науковою літературою, виконання практичних робіт, відпрацювання пропущених занять та підготовки до іспиту.

**Структура навчальної дисципліни:**

№	Назви розділів та тем	За формами занять, годин				
		Аудиторні				само- стійна робота студента
		лекційні	семінарські	прак- ти- чні	лабо- ра- торні	
1	Паблік рілейшнз: сутність та призначення	2	2			5
2	Історія розвитку паблік рілейшнз як соціальної практики та науки	2				5
3	Громадськість та зв'язки з цільовими групами у паблік рілейшнз	2	2			10
	<b>За модулем 1</b>	<b>6</b>	<b>4</b>			<b>20</b>
4	Паблік рілейшнз як комунікаційний менеджмент	4	2			8
5	Громадська думка та робота з нею у паблік рілейшнз	4				8

6	Інформаційно-психологічний вплив та іміджмейкінг у паблік рілейшнз	4	4			8
7	Масова поведінка та її закономірності під кутом зору паблік рілейшнз	2				5
8	Зв'язки зі ЗМІ, спеціальні події та заходи у паблік рілейшнз	4	2			8
9	Паблік рілейшнз у різних сферах	2	2			5
10	Організація та управління процесом здійснення паблік рілейшнз організації	2				4
	<b>За модулем 2</b>	<b>22</b>	<b>10</b>			<b>46</b>
	<b>Разом:</b>	<b>28</b>	<b>14</b>			<b>66</b>

**Завдання та навички:** студенти повинні

**а) знати:**

- базові засади теорії соціальної, зокрема публічної комунікації
- теорію й методологію паблік рілейшнз як зв'язків організації з громадськістю
- феномен громадської думки та основні засади роботи з ним
- особливості PR-менеджменту комерційних, громадських, політичних, освітніх організацій
- логіку планування, організації та проведення кампаній, акцій, заходів паблік рілейшнз

**б) уміти:**

- забезпечувати отримання необхідної для роботи релевантної інформації з різних джерел;
- розробляти програми по зв'язкам із громадськістю та цільовими групами
- оцінювати ефективність роботи та дієвість застосовуваних методів та моделей
- обґрунтовувати власну думку та випрацювати групові рішення.

**Кількість годин (кредитів ЄКТС):** на вивчення навчальної дисципліни відводиться 108 годин / **2 кредити ЄСТS**

Види робіт: протягом триместру здійснюється поточний контроль за рівнем засвоєння матеріалу та знань студентів у формі опитування на семінарському занятті, виконання практичних робіт, наприкінці триместру у якості підсумкового контролю проводиться іспит (в терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обсязі навчального матеріалу).

**Шкала оцінювання.**

Назва заходу	Термін проведення	Кількість заходів	Кількість балів за 1 захід	Разом
Відповіді на семінарських заняттях	Протягом триместру	5	5	25
Написання розширеного есе	До сесії	1	10	10

Практичні домашні роботи	До визначених семінарських занять	4	5	20
<b>Разом</b>				<b>60</b>
<b>Іспит</b>				<b>40</b>
<b>Загалом:</b>				<b>100</b>

**Викладач: Фесенко Артур Михайлович**, кандидат історичних наук, доцент кафедри соціології ЧНУ ім. Петра Могили. Стаж педагогічної діяльності в ВНЗ – 16 років, кількість виданих наукових праць – більше 30. У 2004 р. захищено дисертацію на здобуття наукового ступеня кандидата історичних наук за спеціальністю 07.00.02 – всесвітня історія. Тема дисертації «Суспільно-політична ситуація в СРСР у 20-ті роки та альтернатива лівої опозиції». Сфера наукових інтересів: політична історія, політичні технології, соціологія масової комунікації, реклама, публік рілейшнз, виборчі технології, соціологія управління, соціологія праці та зайнятості, державна соціальна політика.