

Повна назва дисципліни. Паблік рілейшнз

Статус. За вибором вузу

Мета. Оволодіння студентами систематизованими науковими знаннями про теоретичні основи ПР, ознайомлення з процесом і технологією конструювання іміджу державного службовця; формування практичних умінь в області дослідження, оцінки іміджу, корекції й конструюванні іміджевих характеристик; ознайомлення з особливостями сприйняття аудиторією іміджу державного службовця, іміджформуючого повідомлення; з технологіями формування іміджу відповідно до особливостей ситуації спілкування; навчання студентів розрізняти типи індивідуального іміджу на підставі поведінки партнера по спілкуванню; оволодіння навичками використання тих або інших засобів створення іміджу та навчання побудови ефективних іміджевих комунікативних моделей публічній діяльності державного службовця та сучасного менеджера.

Обсяг, методики і технології викладання дисципліни.

У процесі вивчення дисципліни використовується кредитно-модульна технологія - студенти опановують матеріал за змістовим модулем. Тематичний план дисципліни «Паблік рілейшнз» складається з двох змістових модулів, кожен з яких поєднує в собі відносно окремий самостійний блок дисципліни, який логічно пов'язує кілька навчальних елементів дисципліни за змістом і взаємозв'язками.

Для визначення рівня засвоєння слухачами навчального матеріалу використовуються такі форми та методи навчання:

1. Лекція. Під час проведення лекційних занять використовується проблемно-діяльнісний підхід, що сприяє глибокому засвоєнню знань і формуванню творчого професійного мислення у майбутніх фахівців.

2. Семінарські заняття. Семінарські заняття носять проблемно-пошуковий і практично-творчий характер, студенти опрацьовують теоретичні і практичні завдання, розвивають мислення, поглиблюють і розширюють знання, обґрунтовують власну точку зору, роблять прогнози та пропонують шляхи вирішення поставлених завдань.

3. Індивідуальні завдання. Виконуючи індивідуальні завдання, студенти, за допомогою викладача, розв'язують складні проблеми, уточнюють незрозумілі питання, обговорюють підходи практичного застосування отриманих знань під час професійної діяльності.

4. Самостійна робота - покликана забезпечити сприяння студенту під час самостійного вивчення ним запропонованої літератури у пошуку відповідей на проблемні питання курсу, виконання практичних завдань курсу.

5. Контрольна заходи. Форми контролю – поточний, модульний, підсумковий семестровий контролі.

Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	Денна форма				
	усього	у тому числі			
	л	п	лаб	інд	с.р
Модуль 1. Теоретичні аспекти політичного паблік рілейшнз					
Змістовий модуль 1. Введення до науки «паблік рілейшнз»					
Тема 1. Вступ. Основні поняття паблік рілейшнз	4	2	2		

Тема 2. Витоки та історія паблік рилейшнз	4	2	2			
Тема 3. Конкретні стратегії паблік рилейшнз	2	-	2			
Тема 4. Психофізіологічні засади паблік рилейшнз та реклами	2	2				
Тема 5. Комунікативні компоненти паблік рилейшнз. Використання кривої Фостера в ПР	4	2	2			
Тема 6. Інструментарій паблік рилейшнз	4	2	2			
Тема 7. Громадськість у сфері ПР. Громадська думка	4	2	2			
Разом за змістовим модулем 1.	24	12	12			
Модуль 2. Політична реклама та практика політичного паблік рилейшнз						
Змістовий модуль 2. Механізми впливу ПР-технологій та політичної реклами на громадськість						
Тема 8. Композиції реклами та акцій паблік рилейшнз	2	2				
Тема 9. Управління процесом паблік рилейшнз	4	2	2			
Тема 10. Імідж у паблік рилейшнз	4	2	2			
Тема 11 Кризові паблік рилейшнз. Лобювання	4	2	2			
Тема 12. Зв'язки зі ЗМІ в паблік рилейшнз	4	2	2			
Разом за змістовим модулем 2	18	10	8			
Усього годин	42	22	20			

Вимоги до знань та вмінь студента у результаті вивчення дисципліни:

У результаті вивчення цього курсу студенти мають знати:

- сутність, зміст, принципи та методи паблік рилейшнз;
- мотиваційні основи позавладних та владних методів спонукання громадськості до бажаної дії;
- засоби управління паблік рилейшнз та рекламою;
- технології лобювання урядових рішень;
- принципи планування, організації та проведення кампаній урядових паблік рилейшнз.

Крім того, студенти протягом навчання мають набути таких навичок:

- розробляти заходи урядових паблік рилейшнз та реклами;
- планувати комплекси організаційних кампаній;
- будувати відносини зі ЗМІ;
- готувати публічний виступ;
- використовувати прийоми позамовних комунікацій.

Кількість годин (кількість кредитів ЄКТС): На вивчення навчальної дисципліни відводиться 43 години / 2 кредити ECTS.

Види робіт: Форми контролю – поточний, модульний, підсумковий семестровий контролі.

Поточний контроль ґрунтується на системі оцінки успішності студентів і проводиться на семінарських заняттях: опитування, доповіді, контрольні роботи, тестування.

Модульний контроль згідно з „Тимчасовим положенням про кредитно-модульну систему організації навчального процесу Інституту державного управління Чорноморського державного університету імені Петра Могили”.

Підсумковий контроль – залік, наприкінці навчального курсу.

Оцінювання:

Форма контролю	Максимальна оцінка одиниці контролю	Кількість заходів	Сума балів
Усне опитування на сем. заняттях	5	10	50
Індивідуальна робота	5	1	5
Творчо-пошукова робота	10	1	10
Виконання письмової самостійної роботи	5	1	5
Загальна кількість балів			70
Залік			30
Всього за триместр			100

Викладач.

Бондар Ганна Леонідівна – кандидат політичних наук, доцент. Стаж педагогічної діяльності – 11 років. Кількість виданих наукових праць – більше 20, розроблені методичні матеріали до навчальних дисциплін та видано навчальний посібник з дисципліни «Комунікативна політика в діяльності державного службовця». В 2009 році захистила кандидатську дисертацію на тему «Ісламський чинник у сучасному політичному процесі України» зі спеціальності 23.00.02 - політичні інститути та процеси в Чорноморському державному університеті ім. Петра Могили.

Наукові інтереси. Комунікативна політика в діяльності державних службовців, публік рілейшнз в політиці та органах державної влади, іміджологія, проблеми правової держави та громадянського суспільства в Україні.