

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор Національного університету
цивільного захисту України
д. держ. упр., професор


" 30 " _____



ОСНОВИ ПАБЛІК РІЛЕЙШІЗ

ПРОГРАМА
навчальної вибіркової дисципліни
підготовки за другим (магістерським) рівнем вищої освіти
галузь знань 05 «Соціальні і поведінкові науки»
за спеціальністю 053 «Психологія»,
спеціалізацією «Екстремальна та кризова психологія»
«Робота з персоналом»

2016 рік

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Полякова О.О., к.філос.н., викладач кафедри соціальних і гуманітарних дисциплін Національного університету цивільного захисту України

Програму навчальної дисципліни рекомендовано кафедрою соціальних і гуманітарних дисциплін

Протокол від «23» травня 2016 року № 12
Завідувач кафедри
соціальних і гуманітарних дисциплін

О.В. Рябініна

«24» травня 2016 року

Рекомендовано вченою радою соціально-психологічного факультету
Протокол від «16» червня 2016 року № 10

Голова вченої ради
соціально-психологічного факультету

А.С. Куфлієвський

«23» червня 2016 року № 10

ВСТУП

Програма обов'язкової навчальної дисципліни «Основи Паблік рілейшнз» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістра за спеціальністю 053 “Психологія”, спеціалізацією “ Екстремальна та кризова психологія”.

Предметом вивчення навчальної дисципліни «Основи Паблік рілейшнз» є суспільні відносини, а також діяльність, що є способом встановлення та підтримання процесу комунікації, взаємопорозуміння, налагодження контакту між окремими організаціями (політичними, релігійними, освітніми, комерційними) та суспільством. Тож, Паблік рілейшин є як теоретичною, так і практичною дисципліною сфера якої представлена усією повнотою та різноманіттям комунікативних процесів у соціумі.

Міждисциплінарні зв'язки пов'язують навчальну дисципліну «Основи Паблік рілейшнз» з навчальними дисциплінами «Політологія», «Соціологія», «Основи демографії» та іншими дисциплінами циклу обов'язкової і професійної підготовки бакалавра, а також з вивченням здобувачами вищої освіти дисциплін за програмою підготовки магістра, для яких курс з основ Паблік рілейшнз становитиме практичну основу професійної діяльності.

Програма навчальної дисципліни «Основи Паблік рілейшнз» складається з таких модулів:

1. Основи Паблік рілейшнз.

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни «Основи Паблік Рілейшнз» є ознайомлення здобувачів вищої освіти з наступними методиками: комунікація з громадськістю, управління кризовими ситуаціями, створення позитивного іміджу, організація політичних кампаній, організація спеціальних подій, просування товарів та послуг. Вивчення дисципліни дозволить розвивати й вдосконалювати вміння спиратися в практичній діяльності на знання з курсу “Основи Паблік Рілейшнз”, на постійний зворотний зв'язок з іншими людьми, на вміння відкликатися на їхні запити та проблеми, сформувати культуру спілкування, соціально орієнтоване мислення, вміння вести діалог та переконувати.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни «Основи Паблік Рілейшнз» є:

- ознайомлення здобувачів вищої освіти з технологіями зв'язків з громадськістю;
- розкриття механізмів впливу на громадськість;
- сприяння формуванню цілісного бачення соціальних процесів;
- навчити діяти в умовах соціальних конфліктів та міжгрупових протиріч;

- надати знання про створення спеціальних подій.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми здобувачі повинні:
знати:

- предмет, методологічні проблеми, методи та функції Паблік Рілейшнз як теоретичної дисципліни;
- історію становлення та розвитку Паблік Рілейшнз;
- специфіку Паблік Рілейшнз на теренах України;
- прийоми та методи Паблік Рілейшнз як практичної дисципліни;
- алгоритми дії ПР-менеджера в умовах соціальної кризи;
- проблеми сучасного етапу розвитку Паблік Рілейшнз в умовах глобальної інформатизації;

уміти:

- самостійно проводити моніторинг суспільної думки;
- здійснювати аналіз факторів, що детермінують суспільну думку;
- визначати доцільність застосування тих чи інших методів Паблік Рілейшнз для зміни суспільної думки;
- осмислювати динаміку зміни соціальних настроїв в широкому соціо-політичному та культурному контексті;
- проводити грань між коректними методами впливу на думку громадськості та „чорним” ПАРом.

1.4. Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти:

загальні:

- розуміння загальних передумов появи та розвитку Паблік Рілейшнз;
- специфіка застосування іноземного досвіду суспільної комунікації в Україні;
- адаптація практик ПР-менеджменту до реалій суспільного життя сучасної України;
- орієнтація в теоретичних засадах Паблік Рілейшнз;
- здійснення теоретичного узагальнення знань про суспільство та місце окремої особистості в ньому;
- осмислення механізмів формування суспільної думки;
- розкриття змісту головних періодів розвитку Паблік Рілейшнз та співвіднесення їх з історичними етапами розвитку суспільства;
- розуміти причини та передумови появи соціальних конфліктів та способи їх подолання;
- формування стратегії власного теоретичного досвіду, визначення його предмету, мети й завдань.

професійні:

- оволодіння методами і прийомами встановлення соціальної комунікації, що забезпечують можливість перетворення пасивної аудиторії в активну;

- усвідомлення механізмів трансляції інформації у суспільстві та її впливу на формування соціальної позиції окремих груп громадськості;
- набути навички самостійного добору методик діагностики суспільних настроїв та спрямувань;
- вміння встановлювати контакт з керівництвом та персоналом організації чи групи громадськості, від імені котрої встановлюється діалог.
- розвинути критичне ставлення до інформації, що надається засобами масової інформації ;
- використання у професійній діяльності знань щодо організації спеціальних подій (конференцій, круглих столів, бенкетів, виставок і т.д.);

На вивчення навчальної дисципліни відводиться **90 годин** (36 аудиторних, з них 18 лекційних, 18 семінарських, 54 години самостійної роботи) / 3 кредити ЕКТС.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Модуль 1.

Сутність та зміст Паблік Рілейшнз. Визначення Паблік Рілейшнз. Принципи та функції Паблік Рілейшнз. Вимоги до особистих якостей спеціалістів з Паблік Рілейшнз. Історія розвитку Паблік Рілейшнз: першоджерела Паблік Рілейшнз, зародження основ професії Паблік Рілейшнз в Америці, стан Паблік Рілейшнз в Україні.

Громадськість та громадська думка у сфері Паблік Рілейшнз. Поняття та види громадськості. Типологія груп громадськості. Підходи до визначення цільових груп громадськості. Сутність громадської думки. Основні ознаки громадської думки. Вивчення громадської думки. Типи дослідження громадської думки.

Комунікація та її вплив на громадськість. Основи комунікації. Види комунікації: вербальні та невербальні. Засоби масової інформації та їх види. Відносини із засобами масової інформації. Правила надання інтерв'ю. Основні принципи роботи з пресою. Підготовка та організація прес-конференцій. Вплив на громадськість. Ораторське мистецтво.

Паблік Рілейшнз в кризових ситуаціях. Визначення кризи. Мета кризового менеджменту. Типології криз. Управління проблемами з метою запобігання кризових ситуацій. Інформування громадськості про ризики. Підготовка до кризи. Управління в умовах кризи. Рекомендації до запобігання кризи. Комунікація в кризових ситуаціях. Боротьба зі слухами.

Створення іміджу. Імідж та його природа. Властивості та ознаки іміджу. Різновиди іміджу: дзеркальний, бажаний, корпоративний, багатоманітний. Внутрішня громадськість та імідж організації. PR–реклама іміджу. Вимоги до PR–реклами.

Політичний ПАР. Типи масових кампаній, їх принципи та елементи. Особливості вибіркової кампанії. Загальні принципи організації вибіркової кампанії. Кандидат та його підготовка до вибіркової кампанії. Необхідні дії для

підготовки кандидату. Штатний персонал вибіркової кампанії. Активізація явки виборців на вибори. Основні заходи в день виборів.

Організація спеціальних подій. Сутність спеціальних подій. Церемонії відкриття: мета церемонії відкриття, вибір особистості, яка відкриває об'єкт, програма та сценарій церемонії відкриття. Прийоми: правила проведення прийомів, мета, різновиди прийомів, етапи підготовки. Презентації: Етапи проведення презентації, класифікація презентації. Конференції: різновиди конференції, підготовка, правила проведення. Дні відчинених дверей. Круглі столи. Виставки: типи, переваги, причини невдалих експозицій.

«Чорний» ПАР. Мета та засоби ПАРу. Маніпулювання вибірками. „Брудні” технології. Опитування та рейтинги. Сучасні форми та методи перекручування ін формації. Використання НЛП-технологій. Набір прийомів „чорного” ПАРу.

3. Рекомендована література

1. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое. / Пер. с англ. - М., 1990.
2. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и Public Relations. - С.-Пб., 1995.
3. Войтасик Л. Психология политической пропаганды. - М., 1981
4. Дороти Доти. Паблисити и паблик рилейшнз / Пер. с англ. М., 1996.
5. Королько В.Г. Основи паблик рилейшнз: Посібник. – Київ., 1997.
6. Мельник Г.С. Mass Media: психологические процессы и эффекты. - С.-Пб., 1996
7. Невзлин Л.Б. «Паблик Рилейшнз» - кому это нужно? Основы учебного курса. – М., 1993.
8. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз. – К., 1996.
9. Синява И.М. Паблик Рилейшнз в коммерческой деятельности: Учебник. – М., 1998.
10. Шепель В.М. Имиджелогия. Секреты личного обаяния. - М., 1994.

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання: диференційований залік.

Для оцінки знань здобувачів використовується поточний та підсумковий контроль. Поточний контроль здійснюється на кожному практичному занятті методом опитування та письмового контролю. У процесі вивчення дисципліни здобувачі виконують дві модульні контрольні роботи.

Розробник програми:
викладач кафедри соціальних
і гуманітарних дисциплін
к.філос.н.

О.О. Полякова