

**Інформаційний пакет освітніх компонент навчального плану  
освітньо-професійної програми Публічне управління та адміністрування**

(назва)

**Освітнього рівня – БАКАЛАВР**

**Спеціальності – 281 «Публічне управління та адміністрування»**

**Галузь знань – 28 «Публічне управління та адміністрування»**

**1. Назва освітньої компоненти – «Психологічні методи налагодження зав'язків з громадськістю»**

(назва дисципліни)

**2. Тип основна, вибіркова (вказати) – основна**

3. Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінар	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	5	150	24		26		100
<b>4. Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі</b>							
Освітні компоненти, які передують вивченню	1. Теорія та історія публічного управління 2. Групова динаміка і комунікація						
Освітні компоненти для яких є базовою	1. Публічне управління в умовах кризових ситуацій						
<b>5. Компетенції відповідно до ОПП та вимог роботодавців:</b>							
<b>Компетенції відповідно до ООП</b>							
<b>Знати</b>				<b>Вміти</b>			
1. Знати основні критерії до аналізу цільової аудиторії				1. Визначати механізми взаємодії та використання ресурсів для кожної цільової групи.			
2. Знати основні етапи підготовки PR-компанії				2. Планувати та організувати окремі заходи в рамках стратегії PR-компанії.			
<b>Компетенції відповідно до вимог роботодавців</b>							
1. Основні вимоги до визначення стратегічних цілей та формуванні завдань PR-компанії.				1. Розробляти механізми впливу на інформаційні процеси, а також використання ресурсів для ефективного поширення інформаційного повідомлення			
2. Знати специфіку взаємодії з різними каналами комунікації.				2. Вміти реалізовувати всі етапи інформаційного процесу			

### 6. Результати навчання відповідно до ОПШ

1. Здатність до розробки рекламних заходів; презентації та поширення спеціалізованої інформації щодо ринкової, соціальної та інтелектуальної продукції з використанням ІКТ та PR-технологій; координації діяльності підприємств з органами державної влади, регіональними та громадськими організаціями, ЗМІ.
2. Здатність до розуміння сутності соціальних змін; до визначення перспектив з управління змінами в соціумі та організаціях.

### 7. План вивчення освітньої компоненти

Змістовний розділ	Вид заняття	Тема	Знати	Вміти	План заняття	Лекція, методична розробка
1	2	3	4	5	6	7
<b>Розділ 1.</b>						
	Лекція 1	Тема. Поняття, сутність, завдання зв'язків з громадськістю	<i>Знати</i> особливості PR як комунікативної технології впливу на суспільно-політичні процеси.		посилання на електронний ресурс	посилання на електронний ресурс
	Лекція 2	Тема. Загальні стратегії PR, принципи і функції	<i>Знати</i> основні вимоги до розробки стратегії PR-компанії.		<a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1398">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1398</a>	<a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1398">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1398</a>
	Лекція 3	Тема. Комунікація у зв'язках з громадськістю	<i>Знати</i> основні складові комунікаційного процесу.			
	Лекція 4,5	Тема. Громадськість в сфері PR	<i>Знати</i> основні вимоги до аналізу цільової аудиторії			
	Практичне заняття 1	Тема. Поняття, сутність, завдання зв'язків з громадськістю		<i>Вміти</i> аналізувати всі складові елементи інформаційного простору.		
	Практичне заняття 2	Тема. Загальні стратегії PR, принципи і функції		<i>Вміти</i> застосовувати технологію планування та основи управління процесом PR		

	Практичне заняття 3,4	Тема. Комунікація у зв'язках з громадськістю		<i>Вміти</i> проводити дослідження в рамках PR-кампаній.		
	Практичне заняття 5	Тема. Громадськість в сфері PR		<i>Вміти</i> визначати пріоритетні групи громадськості		
	Самостійна робота 1	Тема. Поняття, сутність, завдання зв'язків з громадськістю		<i>Вміти</i> визначати та аналізувати PR-інформацію конкурентів		
	Самостійна робота 2	Тема Загальні стратегії PR, принципи і функції		<i>Вміти</i> комплексно аналізувати стратегію PR компанії		
	Самостійна робота 3	Тема. Комунікація у зв'язках з громадськістю		<i>Вміти</i> аналізувати різні види канали комунікації та обирати найефективніший для впливу на ЦА		
	Самостійна робота 4	Тема. Громадськість в сфері PR		<i>Вміти</i> визначати комунікативні технології впливу на громадськість.		
<b>Розділ 2</b>						
	Лекція 6	Тема. Різновиди і форми зв'язків з громадськістю				
	Лекція 7,8	Тема. Основні форми та засоби взаємодії PR та ЗМІ				
	Лекція 9,10	Тема. PR інструментарій у взаємодії з громадськістю	<i>Знати</i> класифікацію ресурсів для впливу на інформаційний процес			
	Лекція 11	Тема. Планування і організація проведення PR-кампанії	<i>Знати</i> основні етапи проведення PR-кампанії			

	Лекція 12	Тема. Регулювання діяльності у сфері PR	Знати законодавчі та моральні норми здійснення діяльності PR – кампанії			
	Практичне заняття 6,7	Тема. Різновиди і форми зв'язків з громадськістю		<i>Вміти</i> готувати PR – матеріали для організації		
	Практичне заняття 8,9	Тема. Основні форми та засоби взаємодії PR та ЗМІ		<i>Вміти</i> розробляти рекламні заходи.		
	Практичне заняття 10,11	Тема. PR інструментарій у галузі ТК		<i>Вміти</i> обирати ефективні канали комунікації та інструменти для поширення інформації.		
	Практичне заняття 12	Тема. Планування і організація проведення PR-кампанії		<i>Вміти</i> організувати всі етапи PR-кампанії.		
	Практичне заняття 13	Тема. Регулювання діяльності у сфері PR		<i>Вміти</i> здійснювати правове регулювання PR-кампанії.		
	Самостійна робота 5	Тема. Різновиди і форми зв'язків з громадськістю		<i>Вміти</i> підготувати прес-релізу, медіакарту та медіаліст.		
	Самостійна робота 6	Тема. Основні форми та засоби взаємодії PR та ЗМІ		<i>Вміти</i> керування інформацією та конструювати новини.		
	Самостійна робота 7	Тема. PR інструментарій у галузі ТК		<i>Вміти</i> використовувати засоби поширення інформації для зовнішньої громадськості.		
	Самостійна робота 8	Тема. Планування і організація проведення PR-кампанії		<i>Вміти</i> створювати сприятливий імідж організації; вибудовувати відносини із ЗМІ; проведення мобілізаційних і презентаційних заходів.		

	Самостійна робота 9	Тема. Регулювання діяльності у сфері PR		<i>Вміти</i> здійснювати правове регулювання PR-кампанії.		
<b>8. Мова вивчення освітньої компоненти</b>						
(українська, англійська, розділи, що викладаються англійською мовою)						
<b>Українська</b>						
<b>9. Інформаційне забезпечення освітньої компоненти</b>						
Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси: вказати підручники, навчальні посібники не пізніше 2010 року видання, які є у нас у бібліотеці на державній мові; електронні ресурси, посилання, електронна бібліотека ДУТ, іншомовні джерела						
1. Голік О. В. Кодекси професійної етики фахівця зі зв'язків з громадськістю : порівняльний аспект / О. В. Голік // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. — 2012. — № 2. — С. 134–138.						
2. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 431 с.						
3. Українська ліга зв'язків з громадськістю. — <a href="http://www.pr-liga.org.ua">www.pr-liga.org.ua</a>						
4. Український Інтернет-ресурс з PR. — <a href="http://www.propr.com.ua">www.propr.com.ua</a>						
<b>10. Методи оцінювання, підсумкові звітності за освітньою компонентою</b>						
( заліки, екзамени, курсові проекти, тестування)						
<b>Залік</b>						
<b>11. Матеріально-технічне забезпечення освітньої компоненти</b>						
Технічне обладнання предметної аудиторії 418						
Microsoft Excell, Power Point						

Інформаційний пакет освітньої компоненти, яка викладається англійською мовою, додатково розміщується на сторінці кафедри на англійській мові