

Анотація на вибіркoву навчальну дисципліну «Основи пabлік рiлейшнз»

Рiвень вищої освіти – *перший (бакалаврський) рiвень вищої освіти*

Галузь знань – *05 Соціальні і поведінкові науки*

Спеціальність – *054 Соціологія*

Освітньо-професійна програма – *«Соціологія»*

Кількість кредитів – *4.5*

Рік підготовки – *4, семестр – 7*

Компонент освітньої програми: *вибірковий*

Мова викладання: *українська*

Викладачі: Шандор Федір Федорович, професор, доктор філософських наук, професор кафедри соціології та соціальної роботи, e-mail: fedir.shandor@uzhnu.edu.ua

Опис дисципліни

1. Актуальність курсу. Дана програма повинна допомогти студентам оволодіти такими знаннями як визначення та структури рекламних комунікацій, етапів їх розвитку; змісту та особливостей пabлік рiлейшн в рекламі, функцій пabлік рiлейшн; визначення реклами, етапи розвитку реклами, структуру соціального інституту реклами; функції реклами на макро- та мікрорівні; різноманіття рекламних технологій, основ психології впливу на споживачів в рекламних комунікаціях; діагностику процесів прийняття рішення в рекламних комунікаціях; основні принципи проведення переговорів із використанням прийомів реклами; соціологічні методи дослідження в процесі розробки стратегії і тактики рекламного дискурсу;

2. Метою дисципліни є сприяти магістрантам в оволодінні знаннями щодо ролі технології Пabлік Рілейшнз в діяльності соціологічних організацій, а також опанування навичок практичної роботи з аудиторією, яка користується послугами соціологічних організацій.

Завдання курсу: В результаті студенти соціологи повинні вміти аналізувати рекламні тексти, виявляти «шуми» та основні компоненти впливу на споживача рекламних комунікацій; інтерпретувати різні види рекламних комунікацій та вибору необхідного рекламного звернення для кожного окремого продукту; володіти принципами впливу на споживачів з метою просування продукту на ринок; використовувати методи соціологічного опитування споживачів, вимірювання отриманої інформації та оцінки при сприйнятті продукту та інформації, що отримана про нього;

3. Проблематика (зміст дисципліни), яка буде розглянута у процесі вивчення навчальної дисципліни.

1. Пabлік Рілейшнз як теорія комунікативної дії.
2. Функції ПР.
3. Основні процеси ПР. Види Пabлік рiлейшнз.

4. Реклама і ПР.
5. Методи дослідження процесів ПР.
6. ПР у забезпеченні функціонування і розвитку соціальної сфери.
7. Внутрішній ПР у діяльності організацій соціальної сфери
8. Технології ПР в соціальній сфері: фандрайзинг, спонсорство, меценатство
9. Прес-реліз як елемент взаємодії організації з аудиторією

4. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми в здобувачів повинні бути сформовані такі компетентності:

– загальні: здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях (ЗК01); здатність бути критичним і самокритичним (ЗК04); здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) (ЗК05); здатність презентувати результати соціологічних досліджень для фахівців та нефахівців (ЗК07); здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК08); здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології (ЗК09);

– фахові: здатність аналізувати соціальні зміни, що відбуваються в Україні та світі в цілому (СК03); здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів (СК04); здатність презентувати результати соціологічних досліджень для фахівців та нефахівців (СК07); здатність використовувати інтернет-ресурси, статистичну інформацію для вирішення експериментальних і практичних завдань у галузі професійної діяльності (СК08); здатність до ділових комунікацій у професійній сфері, знання основ ділового спілкування українською та іноземними мовами, ведення ділової документації (СК09); здатність до вироблення та застосування комунікативних стратегій в рамках міжособистісної взаємодії, управлінської діяльності в умовах невизначеностей (СК13).

ЛІТЕРАТУРА

1. Бронікова С. А. ПР-діяльність як стратегічний ресурс модернізації системи професійного навчання державних службовців. URL: <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/tppd/2007-1/07bsands.htm/odyframe.htm>.
2. Люк Т. Ефективний діалог із громадськістю: теоретична основа і методи організації. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. 2007. № 1. С.238–247
3. Інформаційний аудит URL : <http://www.p-r.com.ua/services-06-ua.html>.
4. Королько В.Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика : підручник. Київ: Скарби, 2001. 400 с.
5. Мойсеєв В.А. Паблік рілейшнз: навчальний посібник. Київ: Академвидав, 2007. 224 с.
6. Соціологія: підручник для студентів вищих навчальних закладів / В.І.Волович, М.І.Горlach, В.Г.Кремень та ін. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 808 с.
7. Українські ресурси мережі Інтернет: громадсько-політичні центри / Укл. Ю.Шайгородський. Київ: Укр. центр політ. менеджменту, 2003. 296 с.