ОСНОВИ ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ В СОЦІАЛЬНІЙ РОБОТІ

Тип дисципліни	Вибіркова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	4,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна

Результати навчання.
Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: вміло *використовувати* понятійний апарат з фаху, різні засоби та прийоми з метою впливу на громадську думку, аудиторію; володіти базовими поняттями (PR, громадська думка, соціальна ідеологія, співпраця зі ЗМІ, імідж, корпоративна культура, запобігання кризам та конфліктам, моніторинг ситуації, пабліситі, пропаганда, реклама) та основних підходів до визначення понять «зв'язки з громадськістю» та «громадська думка»; знати особливості PR-просування соціальної політики у різних країнах, методів вирішення соціальних конфліктів, законодавчої бази щодо роботи у сфері зв'язків із громадськістю, шляхів досягнення порозуміння між населенням і державними та недержавними організаціями соціального захисту в Україні та світі; мати знання змісту її основних теорій та концепцій; методів та процесів культурного обміну та досягнення порозуміння представників різних соціальних груп в умовах толерантної та конфліктної їх взаємодії (переговорів, медіації); методів аналізу стану порозуміння та взаємодії представників різних соціальних груп та соціальних служб і напрямів розвитку цього стану, а також прикладного аналізу методів PR; видів соціального конфлікту та стадій його розвитку, стратегій поведінки та шляхів подолання конфлікту між різними соціальними групами, а також між ними та державними установами; етнопсихологічних особливостей ділового й неформального спілкування.

Зміст навчальної дисципліни. Теоретико-методологічні аспекти паблік рилейшнз (зв'язків з громадськістю). Паблік рилейшнз як сфера практично-прикладної діяльності. Структурна та функціональна характеристика паблік рилейшнз. Напрями та методи зв'язків з громадськістю. Методи впливу на громадськість. Вербальні комунікації: поняття, функції, види. Невербальні комунікації: поняття, функції, види. Рекламно-інформаційні технології у діяльності соціальної роботи. Подієва комунікація: поняття, сутність, специфіка. Методи формування іміджу в паблік рілейшнз. Дослідницька робота в паблік рілейшнз. Оцінка результатів ПР-програми. Успішність ПР-камапаній.

Запланована навчальна діяльність: не менше 1/3 від загальної кількості годин.

Форми (методи) навчання: лекції; лабораторні заняття (з використанням електронних презентацій), самостійна робота (індивідуальні завдання, моделювання практичних ситуацій).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, тестування, самостійна робота.

Вид семестрового контролю: залік

Навчальні ресурси:
1. Делл Д., Линда Т. Учебник по рекламе / Пер. с польск. Н.В. Бабиной - МН.: ИООО «Современное слово», 1697. - 320 с.
2. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г. Основы рекламы: Учебник. - 8-е изд., перераб и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006. - 526 с.
3. Полукаров В.Л. Основи рекламы: Учебник. - М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2003.-236 с.
5. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: https://msn.khnu.km.ua.
6. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.

Викладач: доктор педагогічних наук, професор Бриндіков Ю.Л.