### Додаток А

до п.п. 3.1.

(Ф 03.02 – 96)

**Міністерство освіти і науки України**

**Національний авіаційний університет**

**Навчально-науковий Гуманітарний інститут**

(назва інституту (факультету)



**Система менеджменту якості**

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС**

**навчальної дисципліни**

Організація зв’язків з громадськістю (Public relations)

(назва навчальної дисципліни)

для галузі знань 23 «Соціальна робота»

спеціальність 231 «Соціальна робота»

спеціалізація «Соціальна робота»

**СМЯ НАУ НМК 12.01.08. – 01 – 2016**

**КИЇВ**

Продовження Додатку А

Навчально-методичний комплекс розробили:

професор, доктор педагогічних наук \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Котикова О.М.

 підпис П.І.Б.

Навчально-методичний комплекс обговорено та схвалено на засіданні кафедри соціальних технологій, протокол № 13 від « 12 » жовтня 2017 р.

 Завідувач кафедри \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О. Котикова

 підпис П.І.Б.

Навчально-методичний комплекс обговорено та схвалено на засіданні НМРР \_\_\_\_\_\_\_\_, протокол № \_\_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2017 р.

 Голова НМРР \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 підпис П.І.Б.

Рівень документа – 3б

Плановий термін між ревізіями – 1 рік

**Врахований примірник 1**

Додаток Б

до п.п. 4.4

**Зміст Навчально-методичного Комплексу**

Дисципліна Організація зв’язків з громадськістю (Public relations)

 (назва дисципліни)

галузь знань 23 «Соціальна робота»

 (шифр та назва)

Спеціальність 231 «Соціальна робота»

 (шифр та назва)

спеціалізація\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Соціальна робота\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (шифр та назва)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Складова комплексу | Позначення електронного файлу**1)** | Наявність  |
| друкований вигляд**2)** | електронний вигляд**3)** |
| 1 | Навчальна програма  | 01\_ОЗГ\_НП | + | + |
| 2 | Робоча навчальна програма (денна форма навчання)  | 02\_ОЗГ\_РНП\_С | + | + |
| 3 | Робоча навчальна програма (заочна форма навчання)  | 03\_ОЗГ\_РНП\_З | + | + |
| 4 | Положення про рейтингову систему оцінювання (заочна форма навчання)  | 04\_ОЗГ\_РСО\_З | + | + |
| 5 | Календарно-тематичний план  | 05\_ОЗГ\_КТП | + | + |
| 6 | Конспект лекцій/курс лекцій | 06\_ОЗГ\_КЛ | + | + |
| 7 | Методичні рекомендації з виконання домашніх завдань (розрахунково-графічних робіт) | 07\_ХХХ\_МР\_ДЗ (РГР) |  |  |
| 8 | Методичні рекомендації з виконання контрольних робіт для студентів заочної форми навчання | 08\_ХХХ\_МР\_КРз |  |  |
| 9 | Методичні рекомендації до виконання курсової роботи (проекту) | 09\_ХХХ\_МР\_КР (КП) |  |  |
| 10 | Методичні рекомендації з самостійної роботи студентів з опанування навчального матеріалу | 10\_ХХХ\_МР\_СРС |  |  |
| 11 | Методичні рекомендації з підготовки студентів до практичних (семінарських) занять | 11\_ХХХ\_МР\_ПРЗ |  |  |
| 12 | Тести з дисципліни/практичні ситуаційні задачі | 12\_ОЗГ\_Т | + | + |
| 13 | Модульні контрольні роботи**4)** | 13\_ОЗГ\_МКР\_114\_ОЗГ\_МКР\_2 |  |  |
| 14 | Пакет комплексної контрольної роботи | 15\_ОЗГ\_ККР | + | + |
| 15 | Затверджені екзаменаційні білети | 16\_ОЗГ\_ЕБ | + | + |

**1)** ХХХ – скорочена назва дисципліни (перші літери кожного слова з назви дисципліни)

**2)** Вказується дата затвердження до друку та номер справи у Номенклатурі справ кафедри

**3)** Вказується дата розміщення у інституційному депозитарії АБО дата та місце розміщення на кафедрі

**4)** У вигляді переліку теоретичних питань та типових завдань для розв’язку, з яких формуватимуться білети для проведення модульної контрольної роботи

###

### Додаток В

до п.п. 3.5.

**Зразок**

**Календарно-тематичний план вивчення дисципліни**

|  |
| --- |
| ЗАТВЕРДЖУЮ |
| Зав. кафедри соціальних технологій |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_О. М. Котикова |
| К-сть тижнів | «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2017 р. 34 |
| Лекцій | *34* |
| Практичних занять | *51* |
| Індивідуальна робота |  |
| Самостійна робота | *185* |
| з них:ДЗ РГР КР | *КР 30* |
| Всього |  *270* |

|  |
| --- |
| **Навчально-науковий Гуманітарний інститут**  |
| **Кафедра \_\_соціальних технологій\_\_\_\_\_\_\_**(повна назва кафедри) |

|  |
| --- |
| **КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ** |
| для студентів ОС "Магістр" галузі знань 23 «Соціальна робота»спеціальності 231 «Соціальна робота» Курс 1 група 516 |
| з дисципліни «Організація зв’язків з громадськістю (Public relations)» |
| 1-2 семестри 2017-2018 навчальний рік  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Дата | Лекції | Кількість годин | Само­стійна робота (год.) | Дата | Практичні заняття | Кількість годин | Само­стійна робота (год.) |
|  |  | 34 | 125 |  |  | 51 | 60 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

**Науково-педагогічний працівник \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (О.Котикова)**

### Додаток Г

до п.п. 3.6

**Міністерство освіти і науки України**

**Національний авіаційний університет**

**Навчально-науковий Гуманітарний інститут**

**Кафедра Соціальних технологій**

**Конспект лекцій**

з дисципліни ««Організація зв’язків з громадськістю (Public relations)»

за спеціальністю 231 «Соціальна робота»

Укладач: д.пед.наук Котикова О.М.

Конспект лекцій розглянутий та схвалений

на засіданні кафедри

соціальних технологій

Протокол № \_\_\_ від «\_»\_\_\_2017 р.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_\_\_\_\_ О.Котикова

Продовження Додатку Г

**Модуль 1**

**Лекція № 1**

Тема лекції: **Вступ до дисципліни. Основні поняття**

**План лекції**

1. Поняття «паблік рилейшнз».
2. Звязки паблік рилейшнз з іншими дисциплінами.
3. Основні категорії паблік рилешнз.

**Література**

1. Королько В. Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підручник / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. - 3-є вид., доповн. і переробл. - К. : ВД "Києво-Могилян. акад., 2009. – С. 4-7.
2. Почепцов Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Почепцов. – М. : «Релф-бук», К. : Ваклер, 2001. – С. 5-16.
3. Тихомирова Є. Б. Зв’язки з громадськістю : навч. посіб. / Є. Б. Тихомирова. – К. : НМЦВО, 2001. – С. 8-12.
4. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посіб. / І. Ю. Слісаренко. – К. : МАУП, 2001. – С. 3-8.

**Зміст лекції**

Паблік рилейшнз або зв’язки з громадськістю як навчальна дисципліна. Основна мета та завдання курс. Основні категорії паблік рилейшнз. Моделі паблік рилейшнз.

Паблік рилейшнз: прес-агент, інформування громадськості, двостороння асиметрична, двостороння симетрична. Зв'язок PRз іншими дисциплінами та сферами діяльності. Характеристика навчальної та навчально-методичної літератури. Організація вивчення курсу зв’язків з громадськістю: програма, форми навчальної діяльності, форми організації контролю й оцінки знань та вмінь студентів.

**Лекція № 2**

Тема лекції: **Історія та сучасний стан паблік рилейшнз.**

**План лекції**

1. Зв’язки з громадськістю у давні часи.
2. Виникнення професії паблік рилейшнз у США у ХІХ ст.
3. Паблік рилейшнз у Європі, Радянському Союзі, країнах пострадянського простору та в Україні.

**Література**

1. Королько В. Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підручник / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. - 3-є вид., доповн. і переробл. - К. : ВД "Києво-Могилян. акад., 2009. – С. 8-12.
2. Тихомирова Є. Б. Зв’язки з громадськістю : навч. посіб. / Є. Б. Тихомирова. – К. : НМЦВО, 2001. – С. 13-16.
3. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посіб. / І. Ю. Слісаренко. – К. : МАУП, 2001. – С. 9-17.

**Зміст лекції**

Виникнення професії паблік рилейшнз у США у ХІХ ст. Внесок Томаса Джефферсона та МакГроу у становлення паблік рилейшнз. Вплив риторики, іміджелогії, пропаганди та реклами на становлення паблік рилейшнз. Суспільно-історичні події, які сприяли виділенню паблік рилейшнз в окрему систему діяльності. Поява професії прес-агента. Виникнення паблісіті як засобу паблік рилейшнз. Створення «морального кодексу паблік рилейшнз.

Паблік рилейшнз спеціаліста. Роль Едварда Бернейса у розвитку теорії паблік рилейшнз.Особливості розвитку паблік рилейшнз.

Паблік рилейшнз у Європі, Радянському Союзі, країнах пострадянського простору та в Україні.

**Лекція № 3**

Тема лекції: **Основні процеси паблік рилейшнз.**

**План лекції**

1. Паблік рилейшнз як менеджмент комунікацій.
2. Паблік рилейшнз як створення подій.
3. Алгоритм створення подій.

**Література**

1. Королько В. Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підручник / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. - 3-є вид., доповн. і переробл. - К. : ВД "Києво-Могилян. акад., 2009. – С.13-18.
2. Тихомирова Є. Б. Зв’язки з громадськістю : навч. посіб. / Є. Б. Тихомирова. – К. : НМЦВО, 2001. – С. 17-20.
3. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посіб. / І. Ю. Слісаренко. – К. : МАУП, 2001. – С. 18-23.

**Зміст лекції**

Паблік рилейшнз як менеджмент комунікацій. Паблік рилейшнз як створення подій. Організація новин. Паблік-рилейшнз-кампанія. Просування корпоративного іміджу. Прес-реліз. Презентація.

**Лекція 4.**

Тема лекції: **Паблік рилейшнз** **для бізнесу**

**План лекції**

1. Завдання паблік рилейшнз.
2. Паблік рилейшнз для бізнесу.
3. Паблік рилейшнз як підтримка маркетингу.

**Література**

1. Кулиш А. Public relations для общественных (негосударственных) организаций / А. Кулиш. – К. : Винрок Интернешенл, 2002. – 80 с.
2. Паблик рилейшнз Связи с общественностью в сфере бизнеса / Уткин Э. А., Хуриев А. А., Бочкарев В. А., и др. – М. : ТАНДЕМ, 2009. – С. 8-23.
3. Почепцов Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Почепцов. – М. : «Релф-бук», К. : Ваклер, 2001. – С. 17-28.

**Зміст лекції**

Завдання паблік рилейшнз.Паблік рилейшнздля бізнесу.Паблік рилейшнз як підтримка маркетингу. Три варіанти політичної реклами в бізнесі: самозахист, промоушн системи вільного підприємництва, виступ на користь тієї чи іншої політики суспільства. П’ятикрокова робота з новими проблемами.

.

**Лекція 5.**

Тема лекції: **Вирішення соціальних проблем методами паблік рилейшнз**

**План лекції**

1. Роль фактору оптимізму/песимізму .
2. Методи виведення людини зі стану песимізму.
3. Можливості подолання песимізму за допомогою ЗМІ.

**Література**

1. Почепцов Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Почепцов. – М. : «Релф-бук», К. : Ваклер, 2001. – С. 29-32.
2. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов.- 3-тє вид., випр.. і доп. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2006. – С.123-128.

**Зміст лекції**

Роль фактору оптимізму/песимізму в сучасному світі. Роль фактору оптимізму/песимізму в історії. Методи виведення людини зі стану песимізму. Можливості подолання песимізму засобами телебачення. Міфічний рівень масової свідомості в аспекті оптимізму/песимізму.

**Лекція 6.**

Тема лекції: **Чутки у структурі суспільної думки**

План лекції

1. Чутка як елемент комунікації.
2. Сфери застосування чуток.
3. Комунікативні характеристики чутки.

Література:

1. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов.- 3-тє вид., випр.. і доп. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2006. – С.140-151.
2. Почепцов Г, Г. Теорія комунікацій / Г. Г. Почепцов. – К. 6 ВЦ «Київський університет», 2009. – С. 150-160.
3. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посіб. / І. Ю. Слісаренко. – К. : МАУП, 2001. – С.83-95.

**Зміст лекції**

Поняття «чутка». Чутка як елемент комунікації. Сфери застосування чуток. Комунікативні характеристики чутки. Природа самотрансльованого повідомлення. Чутка як елемент політики. Чутка як елемент міжнародної комунікації.

**Лекція 7.**

Тема лекції: **Паблік рилейшнз і супутні науки**

**План лекції**

1. Зв’язки паблік рилейшнз із супутніми науками.
2. Прикладні напрями теорії комунікації.
3. Особливостя застосування паралінгвістики, кінетики, проксеміки у пблік рилейшнз.

**Література**

1. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов.- 3-тє вид., випр.. і доп. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2006. – С.58-67.
2. Почепцов Г, Г. Теорія комунікацій / Г. Г. Почепцов. – К. 6 ВЦ «Київський університет», 2009. – С. 205-215.
3. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посіб. / І. Ю. Слісаренко. – К. : МАУП, 2001. – С.73-78.

**Зміст лекції**

Зв’язки паблік рилейшнз із теорією переговорів, конфліктологією, теорією комунікації, пропагандою, контрпропагандою, рекламою. Прикладні напрями теорії комунікації – паралінгвістика, кінетика, проксеміка.

**Лекція 8.**

Тема лекції: **Паблік рилейшнз: ноу-хау**

**План лекції**

1. Операції приєднання і відторгнення в паблік рилейшнз.
2. Способи приєднання до успіху лідера.
3. Прийоми привертання уваги у паблік рилейшнз.

**Література**

1. Почепцов Г. Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента / Г. Г. Почепцов.- К. : АДЕФ-УКРАИНА, 2007. – 76-81с.
2. Почепцов Г. Г. Имиджелогия: теория и практика / Г. Г. Почепцов. – К. : СП «АДЕФ- УКРАИНА», 2008. – 138-149 с.
3. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М.; К. : Ваклер, 2009. - 178-188.

**Зміст лекції**

Мета паблік рилейшнз. Операції приєднання і відторгнення в паблік рилейшнз. Способи приєднання до успіху лідера. Трансфер як метод трансферу позитивних якостей лідера. Операція реструктуризації ситуації, створення соціальних ситуацій як технологія паблік рилейшнз.Прийоми привертання уваги.

**Модуль 2.**

**Лекція 1**

Тема лекції: **Масова людина: психологічні та комунікативні особливості**

**План лекції**

1. Поняття масової свідомості.
2. Способи впливу на натовп.
3. Підходи до аналізу масової поведінки.

**Література**

1. Почепцов Г. Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента / Г. Г. Почепцов.- К. : АДЕФ-УКРАИНА, 2007. – С. 60-73.
2. Почепцов Г. Г. Имиджелогия: теория и практика / Г. Г. Почепцов. – К. : СП «АДЕФ- УКРАИНА», 2008. – С. 153-159.
3. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М.; К. : Ваклер, 2009. – С. 301-308.

**Зміст лекції**

Феномен масової свідомості. Способи впливу на натовп. Підходи до аналізу масової поведінки. Теорії колективної поведінки.

**Лекція 2**

Тема лекції: **Лобіювання**

**План лекції**

1. Поняття лобіювання.
2. Методи та прийоми лобістів.
3. Завдання паблік рилейшнз-відділу.

**Література**

1. Королько В. Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підручник / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. - 3-є вид., доповн. і переробл. - К. : ВД "Києво-Могилян. акад., 2009. – С.11-122.
2. Тихомирова Є. Б. Зв’язки з громадськістю : навч. посіб. / Є. Б. Тихомирова. – К. : НМЦВО, 2001. – С. 84-98.
3. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посіб. / І. Ю. Слісаренко. – К. : МАУП, 2001. – С. 114-119.

**Зміст лекції**

Лобіювання як спеціалізована частина паблік рилейшнз.Методи та прийоми лобістів. Аспекти, які необхідно враховувати для визначення спрямованості дій лобістів. Завдання паблік рилейшнз-відділу. Функції лобістів. «Міні-правила» для ефективної діяльності лобістів.

**Лекція 3**

Тема лекції: **Стратегічні комунікації**

**План лекції**

1. Поняття стратегічних комунікацій та їх завдання.
2. Презентація організації важливим групам громадськості.
3. Прийоми пропаганди.

**Література**

1. Лебедева Т. Ю. Паблик рилейшнз: Корпоративная и политическая режиссура: Модели, система ценностей, каналы СМК / Т. Ю. Лебедева. – М. : Изд-во Моск. Ун-та, 2009. – С. 62-79.
2. Королько В. Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підручник / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. - 3-є вид., доповн. і переробл. - К. : ВД "Києво-Могилян. акад., 2009. – С. 549-560.

**Зміст лекції**

Завдання стратегічних комунікацій. Презентація організації важливим групам громадськості. Фокус-групи як метод визначення інтересів громадськості. Використання художніх текстів при реалізації стратегічних комунікацій як опосередкованого впливу на масову свідомість. Операції зі стереотипами. Прийоми пропаганди.

**Лекція 4**

Тема лекції: **Паблік рилейшнз**  **як теорія непрямого комунікативного впливу**

**План лекції**

1. Реклама як непрямий комунікативний вплив.
2. Спільність та відмінність паблік рилейшнз і реклами.
3. Паблік рилейшнз як наука слабкого комунікативного впливу.

**Література**

1. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и Public relations. Программы-консультанты / И. Л. Викентьев. – СПб : Изд. дом «Бизнес-пресса», 2002. – С.135-148.
2. Доти Д. Паблисити и паблик рилейшнз / Д. Доти. – М. : Филин, 2000. – 61-80с.

**Зміст лекції**

Реклама як непрямий комунікативний вплив. Спільність та відмінність паблік рилейшнз і реклами. Паблік рилейшнз як наука слабкого комунікативного впливу. Теорія спіралі мовчання.

**Лекція 5**

Тема лекції: **Орієнтовні комунікації**

**План лекції**

1. Поняття орієнтовних комунікацій.
2. Поняття коду, повідомлення, адресанту, контакту, контексту.
3. Фактори підвищення впливу орієнтовних комунікацій.

**Література**

1. Почепцов Г. Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента / Г. Г. Почепцов.- К. : АДЕФ-УКРАИНА, 2007. – С. 126-136.
2. Почепцов Г. Г. Имиджелогия: теория и практика / Г. Г. Почепцов. – К. : СП «АДЕФ- УКРАИНА», 2008. – С. 161-180.
3. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М.; К. : Ваклер, 2009. – С. 314-318.

Поняття орієнтовних комунікацій. Схема комунікації за Р.Якобсоном. Поняття коду, повідомлення, адресанту, контакту, контексту. Фактори підвищення впливу орієнтовних комунікацій.

**Лекція 6**

Тема лекції: **Комунікації виразності**

**План лекції**

1. Загальна характеристика прийомів виразності.
2. Конкретизація, повторення, розбиття, збільшення як прийоми виразності.
3. Варіювання, контраст, подача, сполучення, узгодження, скорочення як прийоми виразності.

**Література:**

1. Почепцов Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Почепцов. – М. : «Релф-бук», К. : Ваклер, 2001. – С. 601-610.
2. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посіб. / І. Ю. Слісаренко. – К. : МАУП, 2001. – С. 43-62.
3. Тихомирова Є. Б. Зв’язки з громадськістю : навч. посіб. / Є. Б. Тихомирова. – К. : НМЦВО, 2001. – С. 500-509.

**Зміст лекції**

Прийоми виразності. Конкретизація, повторення, розбиття, збільшення, варіювання, контраст, подача, сполучення, узгодження, скорочення як прийоми виразності.

**Лекція 7**

Тема лекції: **Типи комунікації для мети паблік рилейшнз**

**План лекції**

1. Пряма та непряма комунікація.
2. Форми та зміст комунікації.
3. Варіанти передачі інформації (візуальна інформація, невербальні тексти, одяг, вербальні тексти).
4. Тактики впливу в комунікації для паблік рилейшнз.

**Література:**

1. Гартон Э. Паблисити: Управление масс-медиа для создания паблисити / Э. Гартон. Ь- СПб : Питер, 2004. – С. 212-230.
2. Королько В. Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підручник / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. - 3-є вид., доповн. і переробл. - К. : ВД "Києво-Могилян. акад., 2009. – С. 801- 810.
3. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов.- 3-тє вид., випр.. і доп. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2006. – С. 240-245.

**Зміст лекції**

Пряма та непряма комунікація. Форми та зміст комунікації. Три варіанти передачі інформації. Візуальна інформація, невербальні тексти, одяг, вербальні тексти. Роль зростання рівня деталізації в реалізації мети паблік рилейшнз. Тактики впливу.

**Лекція 8**

Тема лекції: **Комунікативний базис сучасних виборчих кампаній**

**План лекції**

1. Паблік рилейшнз у виборчих кампаніях.
2. Комунікативні параметри виборчої кампанії.
3. Правила, що допомагають управляти новинами.

**Література**

1. Лебедева Т. Ю. Паблик рилейшнз: Корпоративная и политическая режиссура: Модели, система ценностей, каналы СМК / Т. Ю. Лебедева. – М. : Изд-во Моск. Ун-та, 2009. – С. 68-77.
2. Почепцов Г. Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента / Г. Г. Почепцов.- К. : АДЕФ-УКРАИНА, 2007. – С. 90-119.

**Зміст лекції**

Специфіка паблік рилейшнз у виборчих кампаніях. Роль особистого контакту у паблік рилейшнз під час виборів. Нетрадиційні види комунікацій з населенням. Комунікативні параметри виборчої кампанії: назва, візуальний ряд, видовищність та стислість, слоган, відповідність форми інтересам виборців, простота, ідентифікація з цільовою аудиторією, ідентифікація з комунікативними формами відкритості. Сім правил, що допомагають управляти новинами.

### Додаток Д

до п.п. 3.12

**Зразок оформлення Типових ситуаційних задач**

**Навчально-науковий Гуманітарний інститут**

**Кафедра Соціальних технологій**

**Затверджую**

Зав. кафедри \_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (підпис) (ПІБ)

«\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_р.

**ТИПОВІ СИТУАЦІЙНІ ЗАДАЧІ**

**з дисципліни «Організація зв’язків з громадськістю (Public relations)»**

**Приклад 1.** Прочитайте приклад прес-релізу і визначте: чи відповідає він усім вимогам до прес-релізу і доповніть його зміст.

**Хід виконання**

1. Розподіліться на міні-групи по 4-5 осіб та познайомтесь зі змістом тексту.

2. Обговоріть недоліки прес-релізу.

3. Допишіть фрагменти, яких бракує. Відповідь обґрунтуйте.

**Прес-реліз**

**«Експерт: 10 років на медичному ринку України»**

23 вересня 2017 р., Київ.

Видавництво «Експерт ЛТД» відзначило свій 10-річний ювілей запровадженням нового проекту – часопису «Cучасна психіатрія».

За 10 років, що минули, видавництво випустило у світ понад 20 проектів, які користуються незмінним попитом серед науковців, лікарів-практиків, викладачів, студентів, соціальних працівників. Усі проекти набули фахового визнання.

На відзначення свого ювілею видавництво робить подарунок усій психіатричній галузі медицини – відтепер кожний працівник у цій сфері має можливість ознайомлюватись з новітніми методиками лікування психічних захворювань і найефективнішими медичними препаратами.

Часопис «Cучасна психіатрія» розповсюджуватиметься по всіх психіатричних клініках України кур’єрською доставкою безоплатно (по одному примірнику) і через передплату у відділеннях зв’язку. Підписний індекс …

Анонси часопису подаватимуться на сайті www. .. uа. Інформація надається безкоштовно.

**Приклад 2.** Підготуйте промову з приводу відкриття при кафедрі соціальних технологій школи соціальної роботи для студентів майбутніх соціальних працівників.

**Хід виконання**

1. Розділіться на пари та виберіть для виступу один кілька прийомів (першочерговості, емоційної домінанти, повторення, апелювання до суспільних потреб, узагальнення тощо).

2. Обговоріть доцільність використання цих прийомів, їх послідовність та напишіть виступ на 1-2 сторінки тексту. Виголосіть цю промову та запропонуйте слухачам визначитись: які саме прийоми були застосовані, їх доцільність, можливість використання інших прийомів.

Розробник д-р пед. наук Котикова О.М.

(науковий ступінь, вчене звання, П.І.Б. викладача)

###

### Додаток Е

до п.п. 3.13

**Зразок оформлення
Переліку теоретичних питань та типових завдань для розв’язку
для проведення модульної контрольної роботи**

**Навчально-науковий Гуманітарний інститут**

**Кафедра Соціальних технологій**

**Затверджую**

Зав. кафедри \_\_\_\_\_\_\_\_ О. Котикова

 (підпис) (ПІБ)

«\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_р.

**Модульна контрольна робота № 1**

**з дисципліни «Організація зв’язків з громадськістю (Public relations)»**

1.Опишіть моделі PR-діяльності.

2. Розкрийте зв’язки PR-діяльності з рекламою.

3.Опишіть етапи сегментування.

**МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 2**

1. Дайте характеристику особливостям створення корпоративного іміджу.
2. Розкрийте особливості паблісіті.
3. Обґрунтуйте доцільність використання технології контент-аналізу (інтерв’ю, опитування) у паблік рилейшнз.

Розробник д-р пед. наук Котикова О.М.

(науковий ступінь, вчене звання, П.І.Б. викладача)

**Додаток Є**

до п.п. 3.14

**Зразок оформлення екзаменаційного білета**

**Національний авіаційний університет**

**Навчально-науковий Гуманітарний інститут**

**Кафедра Соціальних технологій**

**Затверджую**

Зав. кафедри \_\_\_\_\_\_\_\_ О.Котикова

 (підпис) (ПІБ)

«\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_р.

**Екзаменаційний білет № 4**

Дисципліна «Організація зв’язків з громадськістю (Public relations)»

1. Розкрийте структуру PR-відділу.
2. Опишіть способи впливу на громадську думку.
3. Порівняйте спільне та відмінне в діяльності PR та ЗМІ.

Затверджено на засіданні кафедри

Протокол №\_\_\_\_ від „\_\_\_\_” \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_року

Викладач \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Котикова О.М.

 (підпис) (П.І.Б)