

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет соціології

Кафедра галузевої соціології



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Технології політичного консалтингу
для студентів

галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки
спеціальність 054 «Соціологія»
освітній рівень Бакалавр
освітня програма Соціальні технології
вид дисципліни Вибіркова

Форма навчання денна
Навчальний рік 20_ /20_
Семестр 7
Кількість кредитів ECTS 3
Мова викладання, навчання та оцінювання українська
Форма заключного контролю залік

Викладач: Боровський О.О.

Пролонговано: на 20_ /20_ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)
на 20_ /20_ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

КИЇВ – 2020

Розробники:

- кандидат соціологічних наук, доцент, кафедри галузевої соціології факультету соціології
Боровський Олександрович.

ЗАТВЕРДЖЕНО
Зав. кафедри галузевої соціології
(Безрукова О.А.)

Протокол № 8 від «28» 08 2020 р.

Схвалено науково-методичною комісією факультету соціології

Протокол № 1 від 28.08.2020 р.

Голова науково-методичної комісії (Червінська Т.Г.)

1. Мета дисципліни – формування системи знань щодо суті та змісту технологій політичного консалтингу, вивчення соціальних аспектів та практик функціонування технологій політичного консультування.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:

1. Знати теорію масових комунікацій, соціологію громадської думки.
2. Знати сутність, форми та базові моделі політичної комунікації.
3. Володіти основними методами соціологічних досліджень та аналітики.

3. Анотація навчальної дисципліни: дисципліна сприяє формуванню в професійній практиці майбутніх соціологів вмінь і навичок роботи з медіа та публічною інформацією, яка є важливим компонентом політичного консалтингу.

4. Завдання (навчальні цілі): засвоєння знань та опанування навичок з організації роботи в сфері політичного консалтингу.

Що спрямовано на формування наступних компетентностей:

- СК12. Навички аналізу політичних явищ та основних тенденцій розвитку соціально-політичних процесів з точки зору соціальних інтересів та очікувань.

5. Результати навчання за дисципліною:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Методи викладання і навчання	Методи оцінювання	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1.1	Знати сучасні методи та технології політичного консалтингу в системі соціальних комунікацій	лекція, практичне заняття	усна відповідь	25
2.1	Вміти аналізувати середовище діяльності організації (внутрішнє та зовнішнє), збирати, редагувати та обробляти інформацію з різних джерел.	лекція, практичне заняття	групові завдання, усна відповідь	10
2.2.	Вміти визначати комунікаційні цілі організації соціальної чи політичної сфери та розробляти стратегію формування/розвитку PR у відповідності до них	лекція, практичне заняття	контрольна робота,	20
2.3.	Вміти розробити комплекс заходів з формування системи зв'язків із громадськістю для організації	лекція, практичне заняття	тестове завдання, усна відповідь	20
3.1.	Здійснювати опитування респондентів у онлайн та усній формах з метою вирішення управлінської проблеми в процесі встановлення зв'язків з громадськістю		усна відповідь, аналітичне підсумкове завдання	25

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

Програмні результати навчання (назва)	Результати навчання дисципліни (код)				
	1.1	2.1	2.2	2.3	3.1
PH15. Запроваджувати соціальні технології для регулювання соціальних відносин та вирішення конфліктів.	+		+	+	
PH16. Аналізувати політичні явища та основні тенденції розвитку соціально-політичних процесів з точки зору соціальних інтересів та очікувань.		+		+	+

7. Схема формування оцінки.

7.1 Форми оцінювання студентів:

- семестрове оцінювання:

1. активна робота на практичних заняттях: PH1.1, PH2.1, PH2.2., PH2.3, PH3.1 – **20 балів/ 15 балів**
2. виконання тесту: PH1.1, PH2.1, PH2.2., PH2.3 – **25 балів/ 15 балів**
3. контрольна робота: PH1.1, PH2.1, PH2.2., PH2.3.– **25 балів/ 15 балів**
4. аналітичне підсумкове завдання: PH 1.1, PH2.1.,PH 3.1 – **30 балів/15 балів**

- **підсумкове оцінювання** у формі заліку – як сумарний результат накопичених за семестр балів. Для студентів, які набрали сумарно меншу кількість балів за критично-розрахунковий мінімум – 60 балів для одержання заліку обов'язковим є повторне складання контрольної роботи.

7.2 Організація оцінювання:

1. активна робота на практичних заняттях: PH1.1, PH2.1, PH2.2., PH2.3, PH3.1 – протягом семестру
2. Тест з теми 1-4, PH1.1, PH2.1, PH2.2., PH2.3 – після теми 4
3. КР з тем 5-7, PH1.1, PH2.1, PH2.2., PH2.3 – після теми 7
4. Аналітичне підсумкове завдання з теми 5-7, PH 1.1, PH2.3., PH 3.1 – після теми 7

7.3 Шкала відповідності оцінок

Зараховано / Passed	60-100
Не зараховано / Fail	0-59

8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план лекцій та практичних занять

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота студентів
1. Сучасні методи та технології консалтингу в системі соціальних комунікацій				
1	Суть, і зміст політичного консалтингу	2	2	8
2	Система управління PR у сфері соціальних та політичних відносин	2	2	8
3.	Організація зв'язків зі ЗМІ та різноманітними колами громадськості в соціальній та політичній сфері	2	4	16
4.	Процес планування PR-компаній в системі соціальних комунікацій	2	2	8
2. Соціальні технології політичного консалтингу в сучасному суспільстві				
5.	Технології іміджмейкінгу в соціальній та політичній сфері	2	2	4
6.	Технологічний інструментарій консалтингу під час виборчої кампанії	2	4	5
7.	Методи та інструменти управління політичним проектом	4	4	5
	ВСЬОГО	16	20	54

Загальний обсяг 90 год., в тому числі:

Лекцій – 16 год.

Практичні – 20 год.

Самостійна робота - 54 год.

9. Рекомендовані джерела:

Основна:

1. Бугрим В. В. Іміджологія/Іміджмейкінг: Навчальний посібник. - К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. - 250 с.
2. Полторак В., Петров О. Избирательные кампании: научный подход к организации. – К.: „Знання України”, 2004. – С. 43.
3. Кетлін К., Гакет Р. Політична комунікація і висвітлення новин у демократичних суспільствах / Пер. с англ. Р. Ткачук.-К.: ”Основи”, 2000 – 142с.
4. Шампань П. Делать мнение: Норвегия политическая игра / Пер. с франц. М.: Socio-Logos, 1997. 326 с. (Розділ 3,4)

Додаткова:

5. Горчакова В.Г. Прикладная имиджология: учеб. пособие. – М.: Феникс, 2010. – 480 с.
6. Ляйнеманн Р., Байкальцева Е. Пресс-конференция. Игра по собственному сценарию. – М., 2009. – 400 с.
7. Мейтленд Я. Рабочая книга PR-менеджера. – СПб, 2005. – 176 с.
8. Почепцов Г.Г. Паблик Рилейшнз для профессионалов. – М., 2005. – 624 с.
9. Тодорова О. Інновації в комунікаціях. Інноваційний PR-інструментарій в соціальних комунікаціях сучасного бізнесу : монографія. – К., 2015. – 176 с.
10. Шевченко О.В. Основи PR-практики (прикладний аспект). Посібник. – К., 2007. – 157 с.