

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет соціології

Кафедра галузевої соціології



«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Заступник декана

Кузвасенко Т. М.
« 30 » 08 2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ PR ТА ІМІДЖМЕЙКІНГУ

для студентів

галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки
спеціальність 054 «Соціологія»
освітній рівень магістр
освітня програма соціальні технології
вид дисципліни вибіркова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2020/2021
Семестр	3, 4
Кількість кредитів ECTS	8
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	залік, іспит

Викладач: Безрукова О.А.

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

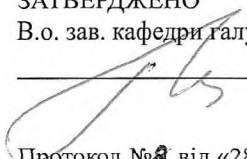
КИЇВ – 2020

Розробники:

- кандидат соціологічних наук, доцент кафедри галузевої соціології Петренко-Лисак Алла Олександрівна
- доктор соціологічних наук, доцент, доцент кафедри галузевої соціології факультету соціології Безрукова Ольга Анатоліївна.

ЗАТВЕРДЖЕНО

В.о. зав. кафедри галузевої соціології



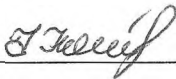
(Безрукова О.А.)

Протокол № 1 від «28» серпня 2020 р.

Схвалено науково - методичною комісією факультету соціології

Протокол від «28» серпня 2020 року № 1

Голова науково-методичної комісії _____



Червінська Т.Г.

1. Мета дисципліни – формування системи знань щодо суті та змісту технологій паблік рилейшинз (PR) та іміджмейкінгу, опрацювання ідей та медіатехнологій PR, зокрема в сфері творення та роботи над іміджем; вивчення соціальних аспектів та практик функціонування масових та медіакommunікацій в структурі технологій PR та іміджмейкінгу.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:

1. Знати теорію масових комунікацій, основи соціології громадської думки, основи соціальних технологій та реклами.
2. Знати сутність та історію PR, основні види та методи.
3. Знати сутність, форми та базові моделі іміджмейкінгу.
4. Володіти основними методами соціологічних досліджень та аналітики.

3. Анотація навчальної дисципліни: дисципліна сприяє формуванню в професійній практиці майбутніх соціальних технологів вмінь і навичок роботи з медіа та публічною інформацією, яка є важливим компонентом іміджмейкінгу та PR діяльності. Передбачається набуття вмінь працювати з сучасною дослідницькою літературою, критично опрацьовувати першоджерела, розвиток навичок медіа аналізу, способами роботи з медіа в сфері побудови іміджу та PR діяльності організацій та окремих особистостей.

4. Завдання (навчальні цілі): засвоєння знань та опанування навичок з організації роботи в сфері PR діяльності та іміджмейкінгу.

Що спрямовано на формування наступних компетентностей:

- фк22. Здатність застосовувати сучасні методи та технології Паблік рилейшинз; планувати політичні та PR-кампанії та розробляти заходи їх реалізації.
- фк23. Вміння здійснювати соціальне прогнозування з метою надання пропозицій та рекомендацій у сфері політики та комунікацій.
- фк24. Вміння взаємодіяти з представниками медіа, політики та громадськістю з метою вирішення соціальних проблем.
- фк25. Вміння оперувати сучасними знаннями про комунікативні процеси та технології рекламної діяльності.

5. Результати навчання за дисципліною:

3 семестр:

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 PR в системі соціальних комунікацій	лекція, семінарське заняття	домашня робота, проект	25
2.1	Вміти аналізувати середовище діяльності організації (внутрішнє та зовнішнє), збирати, редагувати та обробляти інформацію з різних джерел.	лекція, семінарське заняття	контрольна робота, групові проекти	10
2.2.	Вміти визначати комунікаційні цілі організації соціальної чи політичної сфери та розробляти стратегію формування/розвитку PR у відповідності до них	лекція, семінарське заняття	контрольна робота, групові проекти	10
2.3.	Вміти розробити комплекс заходів з формування системи зв'язків із громадськістю для організації	лекція, семінарське заняття	контрольна робота	10
3.1.	Здійснювати опитування респондентів у онлайн та усній формах з метою вирішення управлінської проблеми в процесі встановлення зв'язків з громадськістю	лекція, семінарське заняття	проект	10

3.2.	Готувати прес-релізи з презентацією заходу чи події соціальної сфери	лекція, семінарське заняття	проект	10
4.	Розробляти план PR-кампанії для просування проекту з метою вирішення соціальних проблем.	лекція, семінарське заняття	проект	25

4 семестр:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1.1	Знати основні способи організації роботи в сфері PR та іміджмейкінгу	лекції, семінарські заняття, самостійна робота	контрольна робота: тест та розгорнуте есе; практичні завдання (кейси); реферат; аудіювання; іспит	15
1.2	Знати сучасні тенденції розвитку вітчизняного та світового PR та практик іміджмейкінгу	лекції, семінарські заняття, самостійна робота	контрольна робота: тест та розгорнуте есе; практичні завдання (кейси); реферат; аудіювання; іспит	25
2	Застосовувати окремі методи та технології PR в сфері політики та масових комунікацій	лекції, семінарські заняття, самостійна робота	контрольна робота: тест та розгорнуте есе; практичні завдання (кейси); реферат; аудіювання; іспит	15
3	Вміти створювати аналітичний проект	самостійна робота, презентація, колоквіум	виступ	30
4	Здійснювати аналітичну, дослідницьку та пошукову діяльність	самостійна робота	контрольна робота: тест та розгорнуте есе; практичні завдання (кейси)	15

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

3 семестр

Результати навчання дисципліни	1.1	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	4
Програмні результати навчання							
прн28. Вміти застосовувати сучасні методи та технології Паблік рилейшинз, планувати політичні та PR-кампанії та розробляти заходи їх реалізації	+		+	+			
прн29. Здійснювати соціальне прогнозування з метою надання пропозицій та рекомендацій у сфері політики та комунікацій.		+		+	+		
прн30. Взаємодіяти з представниками медіа, політики та громадськістю з метою вирішення соціальних проблем.			+			+	+
прн31. Використовувати соціологічну інформацію для забезпечення успішної комунікації з представниками різних соціальних організацій.		+	+		+		

4 семестр

Результати навчання дисципліни (код)	1.1	1.2	2	3	4
Програмні результати навчання (назва)					
прн28. Вміти застосовувати сучасні методи та технології Паблік рилейшинз, планувати політичні та PR-кампанії та розробляти заходи їх реалізації.	+	+	+		
прн29. Здійснювати соціальне прогнозування з метою надання пропозицій та рекомендацій у сфері політики та комунікацій.				+	+
прн30. Взаємодіяти з представниками медіа, політики та громадськістю з метою вирішення соціальних проблем.		+	+	+	+

прн31. Використовувати соціологічну інформацію для забезпечення успішної комунікації з представниками різних соціальних організацій.	+	+		+	
--	---	---	--	---	--

7. Схема формування оцінки.

7.1 Форми оцінювання студентів:

- семестрове оцінювання (3 семестр):

1. Відповіді на семінарських заняттях РН1.1, РН2.1, РН 2.2, РН 2.3 – **25/15 балів**
2. Контрольна робота РН1.1, РН1.2, РН2, РН4 – **25/15 балів**
3. Перевірка завдань самостійної роботи, участь у групових проєктах РН3.1, РН3.2, РН4 – **25/15 балів**
4. Виконання проєкту РН3.1, РН 3.2, РН4 – **25/15 балів**

- підсумкове оцінювання 3 семестру у формі заліку. Залік виставляється за результатами роботи студента впродовж усього семестру і не передбачає додаткових заходів оцінювання для успішних студентів. Якщо студент протягом семестру не набрав мінімальну кількість балів, він може отримати їх шляхом виконання завдань самостійної роботи та усного відпрацювання пропущених занять.

- семестрове оцінювання (4 семестр):

1. активна робота на семінарських заняттях: РН1.1, РН1.2, РН2. – **20/12 балів**
2. лекційне контрольне аудіювання РН1.1, РН1.2: – **15/9 балів**
3. виконання контрольних робіт: РН1.1, РН1.2, РН2, РН4 – **15/9 балів** (3 контрольні роботи по 5 максимальних або 3 мінімальних балів кожна)
4. виконання та презентація результатів аналітичного проєктного завдання (проєкту): РН3, РН4 – **10/6 балів**

- підсумкове оцінювання 4 семестру: письмовий іспит РН 1.1,1.2,2 (білет містить два питання) – **40 балів** (20 максимальних балів або 12 мінімальних балів за кожне питання білету). *Мінімальний бал успішного складання (отримання загальної позитивної оцінки) іспиту – 24 бали.*

- **умови допуску до підсумкового іспиту:** студент не допускається до іспиту, якщо за семестр він набрав менше ніж **36 балів**; такий студент допускається до іспиту за умови написання реферативної роботи змістом та обсягом відповідним кількості неопрацьованих ним протягом семестру тем дисципліни.

7.2 Організація оцінювання:

3 семестр:

1. Відповіді на семінарських заняттях протягом семестру.
2. Виконання контрольної роботи після теми 4.
3. Виконання завдань самостійної роботи, участь у групових проєктах протягом семестру на семінарських заняттях.
4. Виконання проєкту. Проєкти оцінюються по факту їхнього виконання та презентації результатів протягом семестру.

4 семестр:

1. Семінарські заняття оцінюються по факту проведення, бали накопичуються протягом семестру.
2. Лекційне контрольне аудіювання оцінюються по факту проведення, бали накопичуються протягом семестру.
3. Контрольна робота №1 виконується після вивчення Тем 1-3.
4. Контрольна робота №2 виконується після вивчення Тем 4-5.
5. Контрольна робота №3 виконується після вивчення Тем 6-7.
6. Аналітичне проєктне завдання (проєкт) виконується протягом семестру, презентується на двох

останніх за графіком навчання семінарських заняттях в форматі презентації та брифінгу.

7.3 Шкала відповідності оцінок

3 семестр:

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

4 семестр:

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно / Fail	0-59

8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план лекцій та семінарських занять
3 семестр:

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Семінарські заняття	Самостійна робота
1. Сучасні методи та технології PR в системі соціальних комунікацій				
1	Суть, зміст і принципи PR	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	4	4	16
4.	Процес планування PR-компаній в системі соціальних комунікацій	2	2	8
2. Соціальні технології іміджмейкінгу в сучасному суспільстві				
5.	Технології іміджмейкінгу в соціальній та політичній сфері	2	2	8
6.	Форми та моделі іміджмейкінгу. Технологічний інструментарій формування іміджу	4	4	16
7.	Методи та інструменти управління особистісним іміджем	4	4	16
	ВСЬОГО	20	20	80

Загальний обсяг в 3 семестрі 120 год., в тому числі:

Лекцій – 20 год.

Семінари – 20 год.

Самостійна робота - 80 год.

4 семестр:

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Семінарські заняття	Самостійна робота
1. Практика Public Relations				
1	Менеджер PR як професія.	2	2	4
2	Основні PR-заходи.	2	2	4
3	Управління PR-діяльністю.	2		4
	Контрольна робота 1		2	6
2. Public Relations в системі комунікацій				
4	Комунікативні технології PR та іміджмейкінгу.	4	2	4
5	Лобізм в PR-практиках та іміджмейкінгу.	2		4
	Контрольна робота 2		2	6
3. Public Relations та іміджмейкінг як соціальні технології				
6	Спеціальні події в PR.	2	2	4
7	Новітні інформаційно-комунікативні технології в PR-проектах та іміджмейкінгу.	2		4
	Контрольна робота 3		2	6
4. Сучасний стан сфери Public Relations та іміджмейкінгу				
8	Інноваційний PR-інструментарій.	2	2	4
9	Перспективи PR.	2		4
	Аналітичний проект		4	26
	Всього:	20	20	80

Загальний обсяг в 4 семестрі **120 год.**, в тому числі:

Лекцій – 20 год.

Семінари – 20 год.

Самостійна робота – 80 год.

9. Рекомендовані джерела:

Основна:

1. Бугрим В. В. Іміджологія/Іміджмейкінг: Навчальний посібник. - К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. – С.100-156.
2. Горчакова В.Г. Имиджология. Теория и практика: учеб. пособие. – М.: Юнити-Дана, 2012. – С.218-305.
3. Іванов В.Ф., Бугрим В.В., Башук А.І. [та інші] Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / За ред. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна. - К.: ВПЦ «Київський університет», 2011. – С.303-367.
4. Королько В., Некрасова О. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. – К., 2009. – С.278-345.
5. Королько В.Г. Основы публичных отношений. – М.: Рефл-бук, 2000. – С.402-438.
6. Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика. Підручник. – К., 2011. – С.80-123.

Додаткова:

7. Балабанова Л.В., Савельєва К.В. Паблік рилейшнз. – К., 2008. – 528 с.
8. Баранов Д.Е., Демко Е.В., Лукашенко М.А. PR: теорія і практика. – М., 2010. – 328 с.
9. Горчакова В.Г. Прикладная имиджология: учеб. пособие. – М.: Феникс, 2010. – 480 с.
10. Марков А.А. Теория и практика связей с общественностью. Учеб. пособие. – СПб., 2011. – 163 с.
11. Мейтленд Я. Рабочая книга PR-менеджера. – СПб, 2005. – 176 с.
12. Почепцов Г.Г. Паблік Рилейшнз для професіоналов. – М., 2005. – 624 с.
13. Тодорова О. Інновації в комунікаціях. Інноваційний PR-інструментарій в соціальних комунікаціях сучасного бізнесу : монографія. – К., 2015. – 176 с.
14. Тульчинский Г.Л. PR в сфере культуры. Учебное пособие. – СПб., М., Краснодар, 2011. – 591 с.
15. Шевченко О.В. Основы PR-практики (прикладний аспект). Посібник. – К., 2007. – 157 с.

10. Додаткові ресурси:

- к/ф «Вихід крізь сувенірну лавку» (Exit Through the Gift Shop), США, 2010 р., реж. Бенксі

- к/ф «Реклама для генія»/«Таємниці школи мистецтв» (Art School Confidential), 2006 р., реж. Т.

Цвигофф

- к/ф «Спасибі, що закурили» (Thank You for Smoking), 2005 р., реж. Дж. Райтман