**(Ф 21.01 - 03)**

|  |  |
| --- | --- |
| 04_b | **Силлабус навчальної дисципліни****«Комунікативістика»****Освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю»****Галузь знань: 06 «Журналістика»****Спеціальність: 061 «Журналістика»** |
| **Рівень вищої освіти** | Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти |
| **Статус дисципліни** | Навчальна дисципліна вибіркового компонента |
| **Курс** | 4 |
| **Семестр** | 7(сьомий) |
| **Обсяг дисципліни,** **кредити ЄКТС/години** | 4 кредити / 120 годин |
| **Мова викладання** | українська |
| **Що буде вивчатися (предмет вивчення)** | Теоретичні та прикладні аспекти технологій комунікативних стратегій; системний характер комунікативної стратегії;  типології PR- комунікацій; зарубіжний та вітчизняний досвід використання PR-технологій для формування та підвищення позитивного іміджу суб‘єкта комунікації; визначення основних напрямків і каналів здійснення комунікацій;  застосування сучасних PR-технологій у практичній діяльності. |
| **Чому це цікаво/треба вивчати (мета)** | Навчальна дисципліна спрямована на розширення уявлення про особливості комунікативної взаємодії в інформаційному світі, сучасних тенденцій в сфері рекламних комунікацій та піару, розуміння необхідності комунікативної взаємодії, проведення інформаційних кампаній. Освоєння практик цивілізованої роботи з аудиторією, впливу на суспільну думку, підвищення довіри суб’єктів комунікації через правильне позиціювання, формування іміджу та репутації організації, стратегічного планування інформаційної роботи.  |
| **Чому можна навчитися (результати навчання)** | * працювати в команді щодо розробки комунікативних стратегій;
* розробляти та проводити інформаційні кампанії;
* формувати медіа-плани та бази ЗМІ;
* працювати з різними типами аудиторій, на різних комунікативних платформах;
* проводити моніторинг та контент-аналіз інформаційних публікацій;
* комунікативній поведінці в кризових ситуаціях.
 |
| **Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)** | У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних компетентностей:* Здатність використання зв‘язки з громадськістю в усіх сферах суспільного життя;
* Здатність вивчати та аналізувати комунікативні стратегії конкурентів;
* Здатність визначати цільові аудиторії, формувати PR-цілі і завдання роботи із ними, визначати PR-інструменти роботи із цільовими аудиторіями;
* Здатність формувати окремі елементи загальної PR-стратегії організацій̈ та їх бюджет;
* Здатність проводити оцінку ефективності PR-заходів та окремих складових PR-стратегії;
* Визначати PR-способи впливу на громадську думку;
* Визначати медіа-пул, формувати медіа-карту, проводити моніторинг і аналіз повідомлень ЗМІ.
 |
| **Навчальна логістика** | Місце комунікативістики у класифікації наукових дисциплін. Умови функціонування людини і суспільства в ХХІ сторіччі. Значення комунікації для сучасної людини. Етапи комунікативної кампанії. Розробка комунікативної кампанії: аналіз ситуації, проведення досліджень; постановка цілей та завдань; визначення цільових аудиторій; складання плану дій; підходи та принципи формування бюджету PR -кампанії; визначення ресурсів кампанії; показники ефективності кампанії. Поняття та ознаки громадськості. Сегментація громадськості та визначення цільових і пріоритетних груп. Громадська думка: визначення, її об‘єкт, суб‘єкт та властивості. Загальні правила роботи із ЗМІ. Специфіка електронних, друкованих та мультимедійних ЗМІ для поширення PR -матеріалів. Імідж і репутація в комунікативній кампанії. Проведення комунікативної кампанії в кризовій ситуації. **Види занять:** інтерактивні лекції, практичні заняття, самостійна робота.**Методи навчання:** кейс-стаді,соціально-психологічні тренінги,ділові ігри, розробка стратегій, презентацій.**Форми навчання:** денна  |
| **Пререквізити** | Загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти з політології, філософії, соціології вивченні дисциплін «Медіапсихологія», «Медіафілософія».  |
| **Пореквізити** | Знання з дисципліни «Комунікативістика» можуть бути використані при написанні кваліфікаційної роботи, у практичній діяльності та стати допоміжною при вивчені дисциплін «Паблік рілейшнз», «Соціологія масових комунікацій», «Методика роботи прессекретаря». |
| **Інформаційне забезпечення****з репозитарію та фонду НТБ НАУ** | **Науково-технічна бібліотека НАУ:**1. Королько В.Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підручник / В. Г. Королько, О. В. Некрасова ; МОН України. - 3-є вид., допов. і перероб. - Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. - 831 с.
2. Катлип, Скот М. Паблик рилейшенз: теория и практика / С. М. Катлип, А. Х. Центер, Г. М. Брум. - 8-е изд. - Москва : Вильямс, 2003. - 615 с.
3. Климанська Л.Д. Зв’язки з громадськістю: технології прагматичної комунікації: навчальний посібник/ МОН України, Національний університет «Львівська політехніка». – Львів: Львівська політехніка, 2014. – 164 с.
4. Кочубей, Л. О. PR у політичній сфері: підручник / Л. О. Кочубей ; НАН України, Ін-т політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса. - Київ, 2013. – 472 с.
5. Лашкіна М.Г. Політична комунікація в кризовому суспільстві інформаційного світу. / М.Лашкіна. // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія „Політологія. Соціологія. Філософія” – Випуск 1 (18): Матеріали міжнародної конференції „Політичні кризи в державах та регіонах Європи: внутрішні передумови та зовнішні виклики у ХХ на початку ХХІ сторіччя” – Ужгород, 2015. – С.98-100.
6. Лашкіна М. Комунікативна стратегія сучасного соціально-політичного простору України: переваги та виклики./ М.Лашкіна // проблеми управління соціальним і гуманітарним розвитком: матеріали ХІ регіон. наук.- практ. конф. за міжнар. Участю / за заг. ред. О.Б.Кірєєвої. – Д.: ДРІДУ НАДУ, 2017. – 725 с. – Укр., рос. мовами. – С.469-472. – URL: <http://www.dbuapa.dp.ua/konf/konf_dridu/2017%20Material_Social_develop.pdf>
7. Логунова М.М. Комунікації судової влади: науково-практичний посібник / М. Логунова, М.Лашкіна, П.Гвоздик, А.Алєксєєв – К.: АДЕФ – Украина, 2011. – 276 с.
8. Хейг, Мэт Электронный Public Relations = E-PR. The Essential guide to Public Relations on the Internet / М. Хейг. - Москва : Фаир-Пресс, 2002. - 192 с.

**Репозитарій НАУ:**<https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/16348> |
| **Локація та матеріально-технічне забезпечення** | Аудиторний фонд Факультету міжнародних відносин (7 корпус), навчальні аудиторії Кафедри реклами і зв’язків з громадськістю. |
| **Семестровий контроль, екзаменаційна методика** | Залік, тест |
| **Кафедра** | Кафедра реклами і зв’язків з громадськістю |
| **Факультет** | Факультет міжнародних відносин |
| **Викладач(і)** |  **Посада:** доцент кафедри реклами і зв’язків з громадськістю**Науковий ступінь:** кандидат наук з державного управління**Освіта:**вища**Спеціальність:** педагогіка, практична психологія, державне управління**Кваліфікація*:*** викладач, практичний психолог, магістр державного управління<https://bit.ly/3eihUZg> <http://www.lib.nau.edu.ua/naukpraci/teacher.php?id=11764> <https://scholar.google.com/citations?user=tHDaQT8AAAAJ&hl=ru>**Тел.: (**044) 406-68-09**E-mail:** mariia.lashkina@npp.nau.edu.ua**Робоче місце:** 7.217 |
| **Оригінальність навчальної дисципліни** | Авторський курс |
| **Лінк на дисципліну** | Дисципліна нова, ще не викладалась. |

Розробник Лашкіна М.Г.