**Силабус курсу «**Оцінка ефективності PR-технологій**»**

**2021/2022 навчального року**

|  |  |
| --- | --- |
| **Назва курсу** | Оцінка ефективності PR-технологій |
| **Адреса викладання курсу** | Львівський національний університет імені Івана Франка  Вул. Університетська, 1 Львів 79000, Україна |
| **Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна** | Історичний факультет, кафедра соціології |
| **Галузь знань, шифр та назва спеціальності** | 05 – соціальні та поведінкові науки  054 Соціологія |
| **Викладачі курсу** | Марусяк Тетяна Сергіївна, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології |
| **Контактна інформація викладачів** | [tetyana.marusyak@lnu.edu.ua](mailto:tetyana.marusyak@lnu.edu.ua)  <https://clio.lnu.edu.ua/employee/marusyak-t-s>  +380977914301 |
| **Консультації по курсу відбуваються** | Консультації в день проведення лекцій/практичних занять (за попередньою домовленістю). Також можливі он-лайн консультації через zoom, Microsoft teams або подібні ресурси. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача або дзвонити. |
| **Сторінка курсу** |  |
| **Інформація про курс** | Курс розроблено таким чином, щоб учасники мали змогу оволодіти системою теоретичних знань у галузі зв’язків з громадськістю та реклами, одержати практичні вміння та навики щодо аналізу PR-кампанії і рекламних повідомлень, визначення критеріїв їх ефективності |
| **Коротка анотація курсу** | Дисципліна «Оцінка ефективності PR-технологій» викладається у одинадцятому семестрі в обсязі 3,5 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS) в межах освітньої програми бакалавр зі спеціальності «Соціологія». |
| **Мета та цілі курсу** | Метою вивчення дисципліни «Оцінка ефективності PR-технологій» є: оволодіння студентами системою теоретичних знань у галузі зв’язків з громадськістю та реклами, одержання практичних вмінь та навиків щодо аналізу PR-кампанії і рекламних повідомлень, визначення критеріїв їх ефективності, здійснення PR - аудиту. |
| **Література для вивчення дисципліни** | Вежель, Л. М. Основи зв'язків із громадськістю навчальний посібник. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2011. 123 с.  Вилегжаніна Д. А. Теорія і практика паблік рілейшнз: навчальний посібник. Іваново: ГФУП «Видавництво «Іваново»», 2003, 332 с  Климанська Л.Д. Зв'язки з громадськістю: технології прагматичної комунікації : навч. посіб. М-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львів. політехніка". Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2014. 164 с  Королько В. Зв’язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика / Королько В.Г., Некрасова О. В. К: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.  Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна. К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. 431 с.  Почепцов Г. Г. Паблик Рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением . М. : Центр , 2004. 336 с  Тихомирова Є. Зв’язки з громадськістю: Навчальний посібник. Київ: НМЦВО, 2001. 560 с.  Ромат Є. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навчальний посібник. Київ, 2016. 284 с.  Романовський О.Г., Середа Н.В., Воробйова Є.В. Психологія паблік рилейшнз : навчально-методичний посібник. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. 176 с.  Сергєєва І.В. Психологія паблик рілейшинз : курс лекцій. Слов’янськ : вид-во Б.І. Маторіна, 2016. 102 с.  Куліш А.П. Практика PR по-українському : Підручник. Київ : Адеф-Україна, 2005. 336 с.  Мироненко В.В. Вимірювання ефективності PR-діяльності: варіативність критеріїв та підходів. *Communications and Communicative Technologies*. Вип. 20. 2020. С. 107 – 115.  Ягельська К.Ю. Аналіз методів оцінки ефективності PR-діяльності. *Вісник Донбаської державної машинобудівної академії*. 2008. № 1 (11) |
| **Тривалість курсу** | 105 год. |
| **Обсяг курсу** | **40** годин аудиторних занять. З них 20 годин лекцій, 20 годин лабораторних робіт/практичних занять та 65 годин самостійної роботи |
| **Очікувані результати навчання** | **Знати** методологічні і теоретичні основи вивчення зв’язків з громадськістю; функції, завдання реклами і ПР у суспільстві, природу, характеристики масової комунікації, практичні методи та інструментарій зв’язків з громадськістю, принципи роботи ЗМК, правила розробки PR-кампанії, методи кризових ПР кампаній, критерії ефективності PR технологій, методи здійснення PR - аудиту  *Зміст понять*: громадськість, зв’язки з громадськістю, масова комунікація, імідж, реклама, рекламне повідомлення, комерційна і соціальна реклама, маніпуляція, громадська думка, ЗМК, PR-кампанія, корпоративна культура, кризові ПР, ефективність PR технологій, PR – аудит.  **Вміти** аналізувати PR-кампанії, а також форми рекламних повідомлень у різних соціальних сферах робити оцінку її ефективності, створювати концепцію успішної PR-діяльності, проводити практичну роботу в галузі паблік рилейшнз, визначати стратегічні цілі та мету кампанії зв’язків з громадськістю (в залежності від мети кампанії) у різних економічних, виробничих та політичних ситуаціях.. |
| **Ключові слова** | громадськість, зв’язки з громадськістю, масова комунікація, імідж, реклама, рекламне повідомлення, комерційна і соціальна реклама, маніпуляція, громадська думка, ЗМК, PR-кампанія, корпоративна культура, кризові ПР, ефективність PR технологій, PR – аудит |
| **Формат курсу** | Очний |
|  | Проведення консультацій для кращого розуміння тем |
| **Теми** | ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗВ’ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ  Тема 1. Паблік рілейшнз як галузь наукового знання та сфера практично-прикладної діяльності  Тема 2. Поняття «громадськість» та громадська думка у теорії і практиці ПР  Тема 3. Програма PR-кампанії  Тема 4. Реклама та її зв'язок з ПР-діяльністю  Тема 5. Імідж організації. Створення бренду  ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. НАПРЯМИ ТА МЕТОДИ РЕАЛІЗАЦІЇ PR – ТЕХНОЛОГІЙ. ОЦІНКА ЇХ ЕФЕКТИВНОСТІ  Тема 1. Робота з ЗМК як частина зв’язків з громадськістю  Тема 2. Кризові PR та оцінка ефективності PR технологій  Тема 3. Зв’язки з громадськістю у сучасному суспільстві: досвід реалізації і критерії їх ефективності |
| **Підсумковий контроль, форма** | Залік в кінці семестру за підсумками роботи |
| **Пререквізити** | Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з загальносоціологічних дисциплін, достатніх для сприйняття категоріального апарату курсу, розуміння джерел |
| **Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу** | В межах курсу «Оцінка ефективності PR-технологій» студентам пропонується список джерел, за допомогою яких вони мають можливість підготуватись для участі у семінарських заняттях. Окрім цього студенти повинні вміти ґрунтовно аналізувати матеріал та висловлювати власну точку зору з приводу прочитаного, відстоювати її у дискусії, вміти застосовувати на практиці.  Протягом семестру студент (чи група студентів) повинен виконати 2 *індивідуальні наукові завдання.*  Завдання полягає у аналізі ПР кампанії, ПР технологій з точки зору їх ефективності, тобто продемонструвати навики ПР аудиту. Студент обирає для себе одну із тем, запропонованих викладачем або пропонує власну тему. Здійснює письмовий опис і аналіз за конкретними вимогами, зазначеними нижче. Результати повинні бути представлені на одному із занять у вигляді мультимедійної презентації. |
| **Необхідне обладнання** | Мультимедійний проектор |
| **Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)** | |  |  |  | | --- | --- | --- | | ***№*** | ***Форма участі студента у навчальних заняттях*** | ***Максимальна кількість балів*** | | 1. | Модульна контрольна робота | 30 балів | | 2. | Презентація ІНДЗ | 40 балів | | 3. | Участь у семінарах/лекціях | 15 балів | | 4 | Написання прес - релізу | 15 балів | | **ЗАГАЛОМ 100 балів** | | |   **Академічна доброчесність**: Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахуванння викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. **Відвідання занять** є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні зайняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов’язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом. **Література.** Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.  П**олітика виставлення балів.** Враховуються бали набрані на поточному тестуванні, самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов’язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнень на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов’язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.  Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. |
| **Питання до заліку чи екзамену.** | Суспільні відносини та соціальна комунікація  Основні елементи структури комунікації  Бар’єри комунікації  Моделі комунікації  Форми соціальної комунікації. Міжособистісна та групова комунікації  Масова комунікація: поняття та особливості  Лідери думок як складова масової комунікації  Маніпуляція масовою свідомістю  Передумови виникнення системи зв’язків з громадськістю  Основні етапи виникнення та розвитку ПР  Поняття та об’єкт ПР  Зв’язки з громадськістю у системі сучасних наук. ПР і соціологія  Паблік рилейшнз, маркетинг і реклама: співвідношення понять  ПР та пропаганда: спільне та відмінне  Функції та завдання паблік рилейшнз  ПР як соціальний інститут  Поняття та типологія громадськості  Цільові та пріоритетні групи громадськості. «Своя» громадськість  Принципи та методи сегментації громадськості  Сутність та риси громадської думки  Функції та форми вираження громадської думки  Вплив на громадську думку: маніпуляція та пропаганда  Політична комунікація  Виборчі технології  Імідж : поняття, види та функції  Ефективність політичної ПР-кампанії  Внутрішньо організаційні зв’язки з громадськістю  Зв’язки з громадськістю у сфері економіки  Моделі ПР  Кампанія з паблік рилейшнз  Приклади успішних ПР кампаній у світовій практиці  Принципи PR-діяльності. Функції працівників ПР  Етичні аспекти діяльності у сфері ПР  Підготовка фахівців зв’язків з громадськістю  ЗМК: поняття та функції  Інтерв’ю та прес-конференції: правила проведення  Програми пабліситі  Управління новинами  Прес-релізи як засіб розповсюдження новин  Кризові паблік рилейшнз  Критерії ефективності ПР |
| **Опитування** | Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу. |