

АНОТАЦІЯ ВИБІРКОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Психологічні основи Паблік Рілейшнз»

Кількість кредитів ECTS – 3 кредитів

III семестр

I. Основна мета засвоєння курсу: формування у студента системи знань та вмінь щодо психологічного забезпечення діяльності у сфері Паблік Рілейшнз **II. Місце навчальної дисципліни в програмі підготовки фахівців спеціальності «практична психологія» (магістерська програма).**

Дисципліна «Психологічні основи ПР» дає можливість студентам набутися додаткових фахових компетенцій з професійно-орієнтованого циклу підготовки.

III. Завдання дисципліни – розвиток навичок та умінь здійснення аналізу умов, добору моделі та побудови іміджу (індивідуального, корпоративного, політичного) з урахуванням психологічних особливостей сприйняття ПР-об'єкту різними цільовими аудиторіями; розвиток навичок та вмінь проводити аналіз та оцінку ефективності програм ПР-діяльності.

IV. Основні знання та уміння, яких набуває студент після опанування даного дисципліни

Основні знання:

- основні поняття і категорії ПР;
- предметні сфери, інститути і технології ПР;
- основні підходи до типології груп громадськості;
- психологічні механізми формування та методи впливу на громадську думку, методи її вивчення;
- основні складові стратегічного плану ПР-програми,
- психологічні особливості сприйняття ПР-об'єктів різними цільовими аудиторіями;

- теорії управління процесом ПР;
- основні принципи антикризового ПР;
- основні аспекти таких ПР-технологій як лобіювання та виборча кампанія
- вміння планувати зміни у поведінці під впливом психокорекційних заходів; здійснювати вибір необхідних каналів комунікації з конкретними цільовими контактними групами, засобами масової інформації.

Основні вміння:

- оцінювати основні моделі ПР-діяльності з визначенням переваг і недоліків кожної з них; обґрунтовувати вибір цільових контактних груп, робота з якими необхідна для інформування і комунікативного забезпечення реалізації проєктів і програм в сфері політики і ділової активності; формувати інформаційні очікування різних цільових контактних груп;
- організовувати і проводити комунікаційні заходи: прес-конференції, брифінги, презентації, круглі столи;
- здійснювати психологічний аналіз інформаційних матеріалів: прес-реліз, вітання, медіа-карта, матеріал для публікації в пресі; враховуючи психологічні підходи до типології груп громадськості;
- використовувати психологічні механізми формування громадської думки; застосовувати методи прогнозування та вивчення громадської думки;

V. Короткий зміст дисципліни

Модуль I. Загальні підходи до вивчення психологічних основ Паблік Рілейшнз

Тема 1.1 **Загально-психологічні основи ПР-діяльності.** Аналіз ключових категорій ПР: відносини, спілкування, інтерес, взаєморозуміння, конфлікт. Формування позитивного ставлення на основі позитивного досвіду спілкування та взаємодії. Кероване спілкування як ключовий компонент ПР-діяльності. Моделі ПР-комунікацій та їх психологічні характеристики. Психологічні характеристики принципів ПР-діяльності.

Тема 1.2 **Психологія позитивного іміджу організації.** Імідж як психологічна ПР-категорія. Поняття стереотипу у конструюванні іміджу. Основні характеристики іміджу як психічного образу, його види та функції. Типології іміджу. Імідж організації: базові структурні моделі. Психологічні рекомендації щодо формування позитивного іміджу організації. Умови та фактори створення ефективних характеристик іміджу.

Тема 1.3. **Різновиди іміджу пов'язані із специфікою ПР-об'єкта.** Гендерні особливості іміджу лідера чи керівника. Етнопсихологічні особливості політичного іміджу. Специфіка формування іміджу території. Імідж політичних партій: моделі, символічний ряд, методи оцінки ефективності.

Модуль II Політичний імідж: психологічні моделі, технології, умови та фактори ефективності.

Тема 2.1 **Загальні характеристики політичного іміджу. Особливості створення політичного іміджу.** Загальні вимоги до створення позитивного політичного іміджу. Фактори впливу на формування привабливого політичного іміджу: особистість політика; взаємодія зі ЗМІ, історичні події та труднощі, з якими стикався політичний лідер.

Тема 2.2 **Психологічні технології створення ефективного політичного іміджу.** Формування іміджу спираючись на «ідеальний образ» кандидата. Сценарний підхід (формування «ряду подій та сюжетів»). Використання соціально-психологічних феноменів «контрасту та подібності». Використання деяких закономірностей соціальної перцепції. Використання вербальних та лінгвістичних прийомів.

Тема 2.3. **Психологічні моделі політичного іміджу.** Загальні вимоги до створення моделі політичного іміджу. Основні компоненти побудови психологічних моделей політичного іміджу. Переваги та недоліки застосування різних психологічних моделей політичного іміджу в конкретних умовах. Техніки та прийоми побудови різних психологічних моделей та оцінка їх ефективності.

Модуль III. Психологічні аспекти ПР як управлінської діяльності.

Тема 3.1. **«Паблік рілейшнз» як особливий вид управління.** ПР-структура в системі управління: цілі, функції, засоби. Принципи системного підходу в ПР як особливому виді управління. Загальні характеристики об'єктів управління в ПР. Психологічні характеристики стилів ПР управління.

Тема 3.2. **Технології Паблік рілейшнз.** Сутність і структура гуманітарних технологій, що використовуються в паблік рілейшнз. Види технологій по функціях. Види технологій за галузями використання знань. Види технологій з дотримання норм етики та законодавства. Спеціальні різновиди технологій (маніпулятивні, НЛП-технології, технології медіації та фасилітації).

VI. Назва кафедри та викладацький склад, який забезпечуватиме викладання курсу Кафедра практичної психології Факультету педагогіки та психології, доцент Гаркавенко З.О.

VII. Обсяги навчального навантаження та терміни викладання курсу

На вивчення дисципліни відводиться 90 годин (3 кредити ЄКТС), з яких лекційних - 18 годин, практичних - 26 годин, самостійної роботи студентів - 46 годин. Дисципліна викладається у 3 семестрі.

VIII. Основні інформаційні джерела до вивчення дисципліни:

1. *Абельмас Н.* Универсальный справочник по Паблик Рилейшнз / Н.Абельмас. - М. : Феникс, 2008. – 237с.
2. *Балабанова Л.В.* Паблік рилейшнз: Навч. посіб. / Л.В.Балабанова, К.В.Савельева. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 528с.
3. *Барезев В.А.* Организация и проведение PR-кампании. Краткий курс / В.А Барезев, А.А.Малькевич. - СПб. : ПИТЕР, 2010. – 176с.
4. *Білоус В.С.* Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності: Навч. посіб. / В.С.Білоус.- К. : КНЕУ. 2005. – 275с.
5. *Бове Л.Кортленд, Аренс Ф.Уильям.* Современная реклама: пер.с англ. – Тольятти: «Издательский дом Давгань», 1995. – 704 с.
6. *Богданов Е.Н.* Психологические основы «Паблік рилейшнз»: Учебное пособие. Изд.-2-е. / Е.Н.Богданов, В.Г.Зышкин.- СПб. : ПИТЕР, 2004. -208с.
7. *Викентьев И.Л.* Приемы рекламы и PublicRelations, Часть 1, Киев, ТОО «ТРИЗ-Шанс», рекламное агенство Губерникова , 1997 г., 228 с.
8. *Галумов Э.А.* Основы PR: Учебное пособие / Э.А.Галумов. – М. : Летопись XXI век, 2004. – 407с.
9. *Гусев Д.Г., Матвейчев О.А., Хазеев Р.Р., Чернаков С.Ю.* Уши машут ослом. Современное социальное программирование.: AlexJ.BaksterGroup, 2002. – 192 с.
10. *Грин Роберт.* Искусство обольщения для достижения власти / пер.с англ.- Издательство: "ИД "РИПОЛ классик", 2006 г., 607 с.
11. *Королько В.Г.* Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 2-ге вид. доп. / В.Г.Королько. - К. : Видавничий дім «Скарби», 2001 – 400с.
12. *Мойсеев В. А.* Паблік рилейшнз: навчальний посібник / Мойсеев В.А. – К.:«Академвидав», 2007, 224 с.
13. *Пізнюк Л.В.* Паблік Рилейшнз: навч. посіб. для дистанційного навчання - К.: Ун-т «Україна»,2005.— 239 с.

14. *Почепцов Г.Г.* Имеджелогия: теория и практика: литературно-художественное издание. Издательство СП «АДЕФ-украина», Киев, 1998, 390 с.
15. *Почепцов Г.Г.* Паблік рилейшнз: Навч. посіб. – 3-ге вид., випр. і доп. / Г.Г.Почепцов. – К. : Т-во «Знання», 2006. – 327с.
16. *Примак Т.О.* Практичний ПР. – К. : УАМ, Зовнішня торгівля, 2011. – 240 с.
17. *Семечкин Н.И.* Психология социального влияния. – СПб.: Речь, 2004. – 304 с., илл.
18. *Телетов О.С.* Паблік рилейшнз в менеджменті. Бізнесадміністрування: магістерський курс [підручник] / За ред. Л.Г. Мельника, С.М. Ілляшенка, І.М. Сотник. – Суми : університетська книга. – С. 253 – 284 с.
19. *Чалдини Р.* Психология влияния. – СПб.:Питер, 2006. – 288 с.: ил. – (серия «Мастера психологии»)
20. *Чумиков А.Н.* Связи с общественностью: учебное пособие. – М.: Издательство "Дело", - 2000, 271 с.

IX. Методи навчання:

Інтерактивні методи: евристичний пошук, дискусії та мікро-групова робота із розв'язання психологічних та технологічних завдань; кейс-технології, тренінгові технології.

X. Система оцінювання

Поточний контроль: опитування в процесі лекцій як засіб оцінювання залишкових знань, оцінювання (в т.ч. взаємооцінювання та самооцінювання) результатів виконання практичних завдань, модульний контроль у формі колоквиуму (МКР 1), тестування (МКР 2), розробці індивідуального проекту (МКР 3)

Підсумковий контроль: залік у вигляді захисту індивідуального проекту у 3 семестрі.

XI. Реєстрація на навчальну дисципліну у деканаті.