

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
«ФАХОВИЙ ПЕРЕДВИЩИЙ КОЛЕДЖ «ОПТИМА»

	ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ «Психологія PR»
1. Загальна інформація	
Освітня програма, галузь, спеціальність	ОПП «Психологія» Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки. Спеціальність: 053 Психологія.
Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус дисципліни <i>(обов'язкова / вибіркова)</i>	Навчальна дисципліна вибіркова
Курс	3
Семестр	6
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	3 кредити ЄКТС/_90_ год
Мова викладання	Українська
2. Коротка анотація до курсу	
Предмет вивчення <i>(що буде вивчатися)</i>	Психологічні механізми, що лежать в основі PR-стратегії; принципи комунікації; сприйняття інформації, впливу на громадську думку; маніпуляції та етичні аспекти комунікацій у сфері PR.
Мета вивчення <i>(чому це цікаво/потрібно вивчати)</i>	Студенти ознайомляться з психологічними аспектами зв'язків із громадськістю, дізнаються про механізми впливу на громадську думку, довіру й репутацію бренду. Курс допомагає розвинути навички створення ефективних PR-кампаній з урахуванням психологічних принципів. Курс дозволяє зрозуміти, як формується імідж особистості чи компанії, чому люди довіряють певним брендам, як інформація сприймається й змінює поведінку мас. Ці знання будуть корисними не лише для PR-спеціалістів, а й для всіх, хто працює в сфері комунікацій, маркетингу й медіа.
Результати навчання <i>(чому можна навчитися)</i>	РН1. Розуміти закономірності й особливості розвитку і функціонування психічних явищ у контексті професійних завдань. РН2. Здійснювати пошук інформації з різних джерел для виконання професійних завдань, у тому числі з використанням інформаційно-комунікаційних технологій.

Компетентності <i>(як можна користуватися набутими знаннями й уміннями)</i>	ЗК1. Здатність учитися й оволодівати сучасними знаннями; генерувати нові ідеї; виявляти, ставити й розв'язувати проблеми; ухвалювати обґрунтовані рішення. ЗК2. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК3. Здатність працювати в команді, поважати різноманітність і мультикультурність. СК4. Здатність вибудовувати траєкторію власного кар'єрного й професійного розвитку.
3. Навчальна логістика	
Зміст дисципліни <i>(перелік основних тем)</i>	1. Вступ до психології PR. Основи Public Relations. 2. Психологічні особливості комунікації в PR. 3. Аудиторія в PR: типологія, сегментація, аналіз. 4. Психологія впливу й переконання. 5. Імідж і репутація: психологічні аспекти формування. 6. Психологічні аспекти брендингу. 7. Медіапсихологія. 8. Психологія контенту: створення й поширення. 9. Креативність у PR. 10. Етичні аспекти PR: психологічний вимір. 11. Лідерство в PR: психологічний аспект. 12. Соціальна психологія в PR. 13. Психологія емоцій та маніпуляції в PR. 14. Сучасні тенденції в PR і їх використання. 15. Організація та проведення роботи з управління суспільними стосунками. 16. Розв'язання деяких соціальних проблем методом PR. 17. Паблік рілейшнз у кризових ситуаціях.
Види занять <i>(лекції, практичні (семінарські) заняття тощо)</i>	Лекції та практичні заняття
Форма навчання	Очна (дистанційна)
Методи навчання	Репродуктивний метод, інформаційно-рецептивний, творчий метод, методи стимулювання й мотивації навчально-пізнавальної діяльності
Пререквізити <i>(знання, на яких базується вивчення дисципліни)</i>	Психологія
Пореквізити <i>(дисципліни, у яких будуть використовуватись отримані знання)</i>	Основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні фахових дисциплін.
Рекомендована література й інтернет-ресурси	Основний список джерел:

1. Лівіцька О.В. Л 55 Практика PR-діяльності: навчальний посібник. Кам'янецьПодільський: ТОВ «Друкарня «Рута», 2020. 164 с.
2. Романовський О.Г., Середа Н.В., Воробйова Є.В. Психологія паблік рилейшнз: навчально-методичний посібник. Харків: НТУ «ХП», 2015. 176 с.
3. Зазимко О. В., Корольчук М. С., Корольчук В. М. Психологія реклами: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 384 с.
4. Котлер Ф., Лі Н. «Маркетинг в громадському секторі». М.: Альпіна Паблішер, 2020.
5. Сергєєва І.В. Психологія паблік рілейшнз: курс лекцій. Слов'янськ: вид-во Б.І. Маторіна, 2016. 102 с.
6. Санакоєва Н. Д. Психологічні основи реклами та PR : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика», освітньопрофесійної програми «Реклама та зв'язки з громадськістю». Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2019. 100 с.
7. Татьянчиков А.О., Кушнір Н.В. Особливості психологічного впливу соціальної реклами на особистість. *Актуальні проблеми практичної психології: збірн. наук. праць Міжнар. наук.-практич. інтернет-конференції (19 квітня 2019 року, м. Одеса)*. Одеса, 2019. С. 175—178.

Додатковий список джерел:

8. Чалдині Р. Психологія впливу. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2017. 352 с.
9. Кулик, О.В. Психологічні аспекти бренд-менеджменту. Київ: Видавничий дім, 2017.
10. Ел Райс і Джек Траут. Маркетингові війни.
11. Тоні Шварц. Мистецтво укладати угоди — Трамп.
12. Богдан Ославский. 10 успішних українських брендів.
13. Історія зв'язків із громадськістю: конспект лекцій / укладач Н.С. Подоляка. Суми: Сумський державний університет, 2016. 158 с.

	14. Куліш А.П. Практика PR по-українському: підручник. Київ: Адеф-Україна, 2005. 336 с. Інтернет-ресурси: Сутність і принципи ПР. URL: http://megalib.com.ua/content/4505_Sytnist_i_principi_PR.html Корисні кейси й інструменти: «Google Trends» — Аналіз трендів для побудови PR-стратегій.
Форма семестрового контролю (залік / екзамен)	залік
Система оцінювання набутих здобувачем знань і вмінь	Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою ЄКТС
	4. Політика курсу
Щодо дедлайнів: Щодо академічної доброчесності:	- усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін; - самостійна робота передбачає самостійне опрацювання питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли до теоретичного курсу або ж були розглянуті коротко, їх поглиблене опрацювання за рекомендованою літературою, а також виконання завдань із метою закріплення теоретичного матеріалу; - ліквідація заборгованості відбувається протягом двох тижнів після визначеного терміну; - здобувачі освіти після завершення аудиторних занять мають право підвищити свій рейтинг за встановленим графіком; - списування заборонені (у т. ч. з використанням мобільних девайсів); - під час роботи над завданнями, користуючись інтернет-ресурсами й іншими джерелами інформації, студент зобов'язаний зазначити джерело, використане під час виконання завдання.
5. Інформація про викладачів	
Циклова комісія	Циклова комісія цифрових наук

Викладач		ПІБ викладача: Попова Олена Володимирівна Посада: викладач Категорія: спеціаліст вищої категорії Педагогічне звання: викладач - методист Науковий ступінь (вчене звання): Email: sunyaptashka@gmail.com
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс	