

СИЛАБУС

«ІНФОРМАЦІЙНІ КАМПАНІЇ»

(назва навчальної дисципліни)

Викладач

Чернишова Лариса Олексіївна

канд. екон. наук, доцент

е-пошта: lchernyshova@karazin.ua

телефон: (057) 705-10-59

часи роботи: 9⁰⁰ – 17⁰⁰

Академічний період

8 семестр 2020/2021 н.р.

Академічні години

дні тижня

час проведення за розкладом

Місце проведення

ауд. 264, майдан Свободи, 6, м. Харків

Навчальне навантаження

3 кредита ЄКТС, 90 годин

Пререквізити: вивчення дисципліни передбачає попереднє засвоєння кредитів з теорії та практики комунікацій, теорії масової комунікації, історії української та зарубіжної культури, основ міжнародних інформаційних відносин, зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах.

Постреквізити: Основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні дисциплін «Теорія та практика міжнародної реклами», «Інтернет-журналістика».

Призначення навчальної дисципліни: Дисципліна призначена для бакалаврів спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії», освітньо-професійна програма «Міжнародна інформація та міжнародні комунікації».

Вивчення дисципліни «Інформаційні кампанії» спрямоване на ознайомлення з сучасними технологіями організації інформаційних кампаній. Це навчить здобувачів вищої освіти використовувати навички комунікації та здійснювати інформаційно-аналітичну діяльність.

Цілі курсу:

- здійснювати політичний огляд міжнародних подій та виявляти проблеми в міжнародних відносинах;
- демонструвати систематичне сприйняття та розуміння положень, які відносяться до галузі знань або є складовою професійної практики;
- критично оцінювати і прогнозувати соціальні, економічні, політичні, екологічні, культурні та інші події та явища;
- демонструвати в умовах усних ділових контактів з використанням прийомів і методів усного спілкування знання в царині міжкультурної комунікації та відповідних комунікативних технологій, застосовувати ситуаційний підхід з метою ефективного виконання професійних обов'язків;
- використовувати сучасні технології організації інформаційних кампаній.

Інформаційні ресурси:

Необхідні:

1. Балабанова Л.В. Паблік рілейшнз: Навч. посіб. / Л.В. Балабанова, К.В. Савельєва. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2015. – 528 с.
2. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз: Навч. посіб. – 3-є вид. виправлене і доп. – К.: «Знання»; КОО, 2017. - 327 с.
3. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів: навч. посіб. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 202 с.

Додаткові:

1. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз) в економічній діяльності: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2012. – 275 с.
2. Касьянов Ю. К. PR кампанія своїми силами. Санкт Перербург: Пітер, 2012.
3. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 3-тє вид. доп. і перероб. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2013. – 831 с.

Політика курсу

При вивченні дисципліни «Інформаційні кампанії» навчальним планом передбачено 24 год. лекційних занять, 12 год. практичних занять, 54 год. самостійної роботи здобувача.

Беруться до уваги такі показники академічної активності та додаткових освітніх досягнень здобувачів вищої освіти:

- обов'язкове відвідувати заняття. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету);
- участь в активних формах навчання на практичних заняттях;
- відповіді на питання плану практичного заняття під час заняття;
- доповіді з проблемних питань практичного заняття;
- розробка тематичних презентацій і кейсів;
- участь у роботі наукового гуртка: публікація тез доповідей та участь у конференціях, написання наукових статей, есе, рефератів;
- відпрацювання тем пропущених практичних занять.

При вивченні дисципліни «Інформаційні кампанії» необхідно спиратися на конспект лекцій та рекомендовану літературу. Водночас вітається використання інших джерел з альтернативними поглядами на ті чи інші питання задля формування продуктивної дискусії.

Неприпустимо:

- пропущення занять без поважних причин;
- запізнення на заняття без поважних причин;
- порушення дисципліни на заняттях (здобувач покидає аудиторію та отримує 0 балів);
- несвоєчасне виконання завдань. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку;
- списування при складанні заліку (здобувач отримує 0 балів). Якщо з поважних причин здобувач був відсутній під час проведення контрольного заходу, то йому надається можливість пройти його в додатково призначений викладачем час, в інших випадках здобувач отримує «0» балів.

Обов'язковою вимогою є дотримання норм академічної поведінки та етики.

В умовах дії карантинних обмежень освітній процес в університеті здійснюється за змішаною формою навчання, а саме:

- дистанційно (за затвердженим розкладом занять) на платформі Zoom проводяться всі лекційні заняття;
- дистанційно на платформі Moodle (<https://dist.karazin.ua/moodle>) проводяться практичні (семінарські), індивідуальні заняття та консультації, контроль самостійної роботи;
- аудиторно (за затвердженим розкладом занять) проводяться 10% практичних та семінарських занять у навчальних групах кількістю до 20 осіб з урахуванням відповідних санітарних і протиепідемічних заходів.

Протоколи комунікації. Основними каналами комунікації зі студентами є сайт факультету, університетська освітня платформа Moodle, де розміщені основні навчально-методичні матеріали дисципліни. Консультації з дисципліни проводяться згідно визначеного графіка. Для обміну електронними листами може бути використана електронна скринька викладача.

Форми контролю та критерії оцінювання При вивченні дисципліни застосовується поточний та підсумковий семестровий форми контролю. Також, передбачено обов'язковий контроль засвоєння навчального матеріалу дисципліни, віднесеного на самостійну роботу.

Поточний контроль (засвоєння окремих тем) проводиться у формі усного опитування або письмового експрес-контролю на лекціях та семінарських заняттях, у формі виступів студентів з доповідями при обговоренні навчальних питань на семінарських заняттях.

Підсумковий семестровий контроль з дисципліни є обов'язковою формою контролю навчальних досягнень студента. Він проводиться у письмовій формі у вигляді заліку. Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком навчального процесу, а обсяг навчального матеріалу, який виноситься на підсумковий семестровий контроль, визначається робочою програмою дисципліни.

Сумарна кількість рейтингових балів за вивчення дисципліни за семестр розраховується як сума балів, отриманих за результатами поточного контролю та балів, отриманих за результатами підсумкового семестрового контролю. Максимальна сума балів за семестр складає 100 балів.

Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання												Разом	Залік	Сума
Розділ 1						Розділ 2								
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12			
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	40	100

T1, T2 ... – теми розділів.

Схема нарахування балів за поточним контролем (засвоєння теми дисципліни):

- 5 балів - студент цілком і всебічно розкрив сутність питань теми, вільно оперує поняттями і термінологією, демонструє глибокі знання джерел, має власну точку зору стосовно відповідних питань і може аргументовано її доводити;

- 3-4 балів - студент розкрив питання теми у загальних рисах, розуміє їхню сутність, вільно оперує поняттями і термінологією, але спостерігаються деякі упущення при відповідях на питання та неточні обґрунтування;

- 1-2 балів - студент не повністю розкрив питання теми у загальних рисах, намагається робити висновки, але слабо орієнтується в джерелах, припускається помилок, матеріал викладає нелогічно;

- 0 балів - студент не розкрив питання теми, не розуміє його сутності, не орієнтується в джерелах, припускається грубих помилок, матеріал викладає нелогічно.

Підсумковий семестровий контроль з дисципліни проводиться за заліковими білетами. *Кожен з білетів містить 2 теоретичні питання. Максимальна кількість балів, яка може бути нарахована за одне теоретичне питання, дорівнює 20 балів. Загальна кількість балів за успішне виконання залікових завдань – 40. Час виконання – до 80 хвилин.*

Схема нарахування балів за одне теоретичне питання залікового білету:

- 16-20 балів - студент цілком і всебічно розкрив сутність питання, вільно оперує поняттями і термінологією, демонструє глибокі знання джерел, має власну точку зору стосовно відповідних питань і може аргументовано її доводити;

- 11-15 балів - студент розкрив сутність питання, вільно оперує поняттями і термінологією, але спостерігаються деякі упущення при відповідях на питання та неточні обґрунтування;

- 6-10 балів - студент розкрив питання у загальних рисах, розуміє його сутність, намагається робити висновки, але слабо орієнтується в джерелах, припускається помилок, матеріал викладає нелогічно;

- 0-5 балів - студент не розкрив питання навіть у загальних рисах, не розуміє його сутності, не орієнтується в джерелах, припускається грубих помилок, матеріал викладає нелогічно.

У разі настання / подовження дії **обставин непоборної сили** (в тому числі запровадження жорстких карантинних обмежень в умовах пандемії з заборонаю відвідування ЗВО) здобувачам вищої освіти денної форми навчання надається можливість скласти **залік у тестовій формі** (білет містить 20 тестових завдань, здобувач одержує 2 бали

за кожну вірну відповідь) **дистанційно на платформі Moodle** в дистанційному курсі «Інформаційні кампанії», режим доступу: <https://dist.karazin.ua/moodle>.

Набрана кількість рейтингових балів є основою для оцінки за національною шкалою. Шкала оцінювання наведена нижче.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	зараховано
70-89	
50-69	
1-49	не зараховано

**КАЛЕНДАР КУРСУ
«ІНФОРМАЦІЙНІ КАМПАНІЇ»**

№ тижня (дні тижня)	Тема	Форми організації навчання	Кількість годин	Завдання для самостійної роботи
8 семестр 2020/2021 навчального року				
24	Тема 1. Інформаційні кампанії як інструмент системи зв'язків з громадськістю (паблік рилейшнз).	Лекційне заняття	2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації. Вибір.
25	Тема 1. Інформаційні кампанії як інструмент системи зв'язків з громадськістю (паблік рилейшнз). Тема 2. Громадська думка як об'єкт інформаційних кампаній.	Лекційне заняття Практичне заняття	2 2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації.
26	Тема 3. Планування, організація та проведення інформаційних кампаній.	Лекційне заняття	2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації. Виконання курсової роботи.
27	Тема 3. Планування, організація та проведення інформаційних кампаній. Тема 4. Методи впливу на громадськість в процесі проведення інформаційних кампаній. Вербальна комунікація.	Лекційне заняття Практичне заняття	2 2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації.
28	Тема 5. Невербальні комунікації інформаційних кампаній.	Лекційне заняття	2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації.
29	Тема 5. Невербальні комунікації інформаційних кампаній. Тема 6. Подієва комунікація інформаційних кампаній.	Лекційне заняття Практичне заняття	2 2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації.
30	Тема 7. Механізм взаємодії із засо-бами масової інформації в процесі розробки інформаційної кампанії.	Лекційне заняття	2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації.
31	Тема 7. Механізм взаємодії із засо-бами масової інформації в процесі розробки інформаційної кампанії. Тема 8. Роль інформаційних кампаній у формуванні іміджу організації.	Лекційне заняття Практичне заняття	2 2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації.
32	Тема 9. Внутрікорпоративні інформаційні кампанії.	Лекційне заняття	2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації.
33	Тема 9. Внутрікорпоративні інформаційні кампанії. Тема 10. Інформаційні кампанії у економічній та соціокультурній сфері.	Лекційне заняття Практичне заняття	2 2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації.
34	Тема 11. Інформаційні кампанії в політичному житті суспільства.	Лекційне заняття	2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації.
35	Тема 11. Інформаційні кампанії в політичному житті суспільства. Тема 12. Міжнародні інформаційні кампанії.	Лекційне заняття Практичне заняття	2 2	Опрацювання лекційного матеріалу, кейсів, підготовка доповідей, презентації.
35		ЗАЛІК	2	