

## Анотація до курсу «Тренди сучасної галузі зв'язків з громадськістю»

Дисципліна «Тренди сучасної галузі зв'язків з громадськістю» включає вивчення різноманітного кола питань трендового менеджменту у сфері PR, методів забезпечення ефективної роботи спеціаліста, відділу або агентства паблік рилейшнз, взаємодію з маркетинговими, державними, бізнесовими структурами, управління у сфері PR, а також ролі PR як медіа, як посередника у процесі налагодження і підтримки взаємодії між цільовою аудиторією та суб'єктами комунікації. Особлива увага при вивченні курсу приділяється технологіям забезпечення ефективної участі фахівців та ланок паблік рилейшнз у проектуванні, створенні та підтримці трендів у різних сферах.

### Завдання (навчальні цілі):

#### Загальні:

- здобути навички роботи з трендами;
- підвищити рівень загальної комунікативної компетентності;
- здобути навички стратегічного планування та аналітичної роботи з трендами.

#### Фахові:

- вивчити природу, специфіку та роль трендів у сучасному PR-процесі з використанням історичного досвіду;
- з'ясувати чинники, що впливають на ефективність роботи PR-агентства у сфері літератури;
- ознайомитися з досвідом роботи найкращих трендів провідних PR-агентств України та світу у різних сферах;
- навчитися застосовувати здобуті знання при виконанні самостійних трендових PR-проектів у робочих групах, що імітують роботу PR-агентств.

**Мета вивчення курсу:** дати студентам знання з сутності трендів у сфері зв'язків з громадськістю, історичного досвіду їхнього становлення, їх можливостей, ресурсів та технологій проектування, становлення, утримання, розвитку, а також особливостей масової аудиторії, замовників, ефектів та ефективності піар-трендів, а також небезпек та негативних наслідків помилок у тренд-менеджменті.

**Структура курсу. В першому модулі «ІСТОРИЧНІ ТА ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ Й ІСНУВАННЯ ТРЕНДІВ У СФЕРІ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ. СУТНІСТЬ ТРЕНДІВ У СФЕРІ PR»** студенти розглядають основні поняття і терміни дисципліни. Поняття дискурсу, тренду, історичного досвіду, його цінність для сучасної діяльності по зв'язках з громадськістю. Сучасні тренди як загальні тенденції при різнонаправленому русі, визначені

загальною спрямованістю змін показників часового ряду. Сучасні тренди у сфері зв'язків з громадськістю як продовження історичного розгортання впливів на громадську думку. Соціально-економічні підстави для появи, створення, утримання й розвитку трендів у паблік рилейшнз на різних етапах його існування. Тренди у конкурентній боротьбі у сфері впливу на громадську думку: історія й сучасність.

**В другому модулі** студентам пропонується прослідкувати динаміку формування трендів у паблік рилейшнз державних установ України після 2014 року. Тренди у політичному піарі України після 2014 року. Тренди економічного та бізнесового піару сучасної України. Сучасні тренди піару у соціальній сфері та у сферах освіти, науки

й культури.

Вивчення курсу передбачає систематизацію **знань** про:

1. засади ефективної діяльності у сфері створення трендів, принципи ефективного менеджменту у цій сфері.
2. особистісні та неособистісні чинники, що впливають на забезпечення ефективної роботи з трендами у сферах державного, політичного, соціального піару тощо.

Опанування практичними аспектами курсу передбачає оптимізацію **вмінь** щодо:

1. проводити дослідження ефективності становлення, існування трендів у сфері піару;
2. розробляти комунікацію щодо забезпечення ефективності трендів у різних сферах з урахуванням чинників, що формують, підтримують піар-тренди;
3. Демонструвати фахові вміння піарників у сфері трендів.

**Корисні джерела:**

1. Телетов О.С. Паблік рилейшнз в менеджменті. Бізнес-адміністрування: магістерський курс [підручник] / За ред. Л.Г. Мельника, С.М. Ілляшенка, І.М. Сотник. – Суми : університетська книга. – С. 253 – 284 с.
2. Королько В.Г. Основи паблік рилейшнз. К.- Буковина.- 2000, 524 с.
3. Мойсєєв В.А. Паблік рилейшнз: навч. посіб. – К.: Академвидав, 2007. – 224 с.
4. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: Навч. посіб. – 3-є вид. виправлене і доп. – К.: “Знання”; КОО, 2006, 327 с.
5. Почепцов Г. Паблік рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением / Г. Почепцов ; изд. 3-е, испр. и доп. – М. : Центр, 2004. – 336 с.
6. Примак Т.О. Практичний ПР. – К. : УАМ, Зовнішня торгівля, 2011. – 240 с.