

Комунікації громадських організацій

Код та назва дисципліни українською мовою/ Назва дисципліни англійською мовою	2-C7-2-06 Комунікації громадських організацій / Communications of public organizations
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	C7 Журналістика B13 Бібліотечна, інформаційна та архівна справа
Кафедра	реклами та зв'язків з громадськістю
П.І.П. НПП (за можливості)	канд. наук із соц. ком., доц. Лященко Анжела Вадимівна
Рівень ВО	другий (магістерський)
КУРС, семестр (в якому буде викладатись)	1 курс
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	відсутні
Чому це цікаво/треба вивчати	Громадські організації повинні говорити про свою діяльність аби здобувати більше підтримки та допомоги, швидко реагувати на виклики, змінювати структуру та напрями роботи. Для таких організацій важливо зробити комунікацію природним продовженням своєї роботи для зростання, розвитку та забезпечення сталості.
Перелік тем з дисципліни	Тема 1. Фундамент комунікації. Створення плану комунікацій. Тема 2. Комунікації зі стейкхолдерами. Робота з різними групами громадськості. Тема 3. Створення якісного контенту для різних аудиторій. Тема 4. Канали комунікації.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентність)	Здатність розробляти проєкти та управляти ними. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. Здатність до розробки стратегічних концепцій рекламних та PR-проєктів, керівництво проєктною діяльністю, оцінювати ефективність управлінських рішень з рекламних та PR-проєктів, готувати звіти за результатами діяльності.
Очікувані результати навчання	Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів. Створювати рекламно-інформаційний продукт, унікальні, авторські рекламні та PR-проєкти та ефективно їх просувати. Отримати навички комунікації та просування діяльності громадських організацій, будувати ефективну комунікацію громадських організацій, успішно взаємодіяти з журналістами та ЗМІ.
Інформаційне забезпечення	1. Liashchenko, A., Oblasova, O., Myronenko, V., Sukhenko I. (2024). Branding social sustainability via children's talents initiatives: «Autalents–Artua». Case study. Маркетингові комунікації: інновації та сучасні тренди. Монографія / Іванов В. Ф., Ромат Є. В., J.W. Wiktor, K. Sanak-Kosmowska, Грицюта Н. М., Євсейцева О. С., Колядюк Р. І., Курбацька Л. М., та ін.]; за заг. ред. В. Ф. Іванова та Є. В. Ромата. Київ : Студцентр. С. 102-125. https://repository.dnu.dp.ua/document-details/5455 2. Волошина, К., Мироненко, В., Обласова, О. (2022). Комунікаційні прийоми і методи інформаційної підтримки мистецького проєкту. <i>Communications and Communicative Technologies</i> , (22). https://doi.org/10.15421/292204
Види навчальних занять	лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік

Максимальна кількість здобувачів на семестр/ Мінімальна кількість здобувачів (<i>тільки для мовних, творчих дисциплін, за необхідності</i>)	без обмежень
---	--------------

Декан факультету _____ *Оксана КИРИЛОВА*