



# Презентація курсу «Зовнішні комунікації»

вibіркова дисциплiна на 2024/2025 навчальний рiк

**Розробниця:** доц. кафедри журналістики Шутяк Лілія Мар'янівна

# Загальна інформація про курс

Загальна кількість годин – 120

Кількість кредитів – 4

Вид підсумкового контролю – іспит

- **Мета дисципліни:** вивчення інформаційних потреб організації, налагодження зв'язків із державними органами, громадськістю, клієнтами, а також вміння формувати і підтримувати імідж компанії.
- **Основні завдання навчальної дисципліни:** розробка та реалізація ефективних комунікаційних стратегій з метою побудови позитивного іміджу та підтримки відносин з цільовою аудиторією; оволодіння методами взаємодії з медіа, партнерами, клієнтами, інвесторами, державними органами та іншими зацікавленими сторонами; оцінка ризиків і можливостей у комунікаціях, а також запобігання кризовим ситуаціям.

# Теми курсу:

|        |  |
|--------|--|
| Тема 1 | Поняття, види і процес комунікацій в організаціях  |
| Тема 2 | Ділове листування. Структура, стиль і оформлення ділового листа  |
| Тема 3 | Ділові бесіди і наради. Практичні прийоми і техніки переконання  |
| Тема 4 | Головні характеристики публічної комунікації. Психологічні особливості масової аудиторії та інструменти впливу |
| Тема 5 | Презентації: їх місце і роль в зовнішній комунікації.  |
| Тема 6 | Етика, етикет і культура у сфері комунікацій. Критерії оцінки ефективності комунікацій                         |

|         |   |
|---------|---|
| Тема 7  | Ефективні міжособистісні комунікації. Спотворення інформації у спілкуванні.                                 |
| Тема 8  | Конфлікти в організації, шляхи їх вирішення і попередження.   |
| Тема 9  | Складові PR-кампанії. Розробка PR-стратегії. Організація заходів для преси (пресконференція, брифінг, тури) |
| Тема 10 | Види PR-текстів та їхня характеристика  |
| Тема 11 | Робота з медіа як складова PR-діяльності, її специфіка  |
| Тема 12 | Моніторинг медіа та його роль у проведенні PR-кампаній.   |

# У результаті проходження курсу студент виробить вміння:

- практично застосовувати методи, інструменти, типи, канали та засоби комунікації;
- використовувати принципи теорії комунікацій при аналізі комунікативних заходів і подій (пресконференції, виставки, семінари, дії компанії та ін.) і при плануванні власної діяльності;
- складати результативні PR-звернення, направлені на формування іміджу організації/підприємства/медіа;
- оцінювати результати діяльності PR-служби і розробляти рекомендації щодо створення атмосфери довіри на підприємстві/організації та за її межами.



# Література до курсу:

- Почепцов Г.Г. Теорія комунікації / Г.Г. Почепцов. – 2-е вид., доп. - К. : Видавничий центр «Київський ун-т», 1999. – 307.
- Різун, В. В. Лінгвістика впливу [Текст] : монографія / Різун В. В, Непийвода Н. Ф., Корнєєв В. М. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський ун-т», 2005. – 148 с.
- Чалдині, Роберт Б. Психологія впливу / Роберт Чалдині. – Харків : КСД, 2017. – 352 с.
- Grunig J. Excellence Theory of Public Relations: Past, Present and Future / James Grunig // Public Relations Research. – Wiesbaden.: GWV Fachverlage GmbH, 2008. – P. 327 – 342.