

	Силабус навчальної дисципліни «ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ» Галузь знань 06 «Журналістика» Спеціальність 061 «Журналістика»	
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень вищої освіти	
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента із фахового вибіркового переліку	
Семестр	Осінній семестр	
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	3 кредити / 90 годин	
Мова викладання	Українська	
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Сучасні тенденції та закономірності розвитку громадських організацій, особливості інформаційно-комунікаційних стратегій, комунікаційні інструменти та механізми.	
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Навчальна дисципліна спрямована на формування системи загальнотеоретичних і прикладних знань у сфері комунікацій та інформації.	
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> – креативно мислити, проявляти гнучкість у прийнятті рішень щодо інструментів комунікації у громадській сфері на основі логічних аргументів та перевірених фактів в умовах обмеженого часу і ресурсів; – розуміти закономірності та тенденції розвитку світових трендів комунікації для розв'язання практичних задач громадської організації; – систематизувати, синтезувати й упорядковувати отриману інформацію, ідентифікувати проблеми, формулювати висновки і розробляти рекомендації щодо інформаційної політики громадських організацій; – здійснювати моніторинг та аналіз впровадження комунікаційних інструментів з метою ідентифікації конкурентних позицій та переваг громадської організації. 	
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних компетентностей:</p> <ul style="list-style-type: none"> – здатність до формування обґрунтованих пропозицій щодо інформаційних кампаній у громадському секторі; – здатність застосовувати кумулятивні знання в інформаційно-комунікаційній сфері; – здатність прогнозувати тенденції розвитку світових комунікаційних трендів з урахуванням кон'юнктурних змін та визначати пріоритети. 	
Навчальна логістика	<p>Зміст дисципліни: Інформаційно-комунікаційна стратегія, комунікації і кризові комунікації у громадському секторі. Комунікаційні практики в громадському секторі. Ефективні комунікації в кризових ситуаціях. Соціальні мережі для кризових комунікацій. Інструменти для ефективної комунікації онлайн. Стратегічні комунікації для громадських організацій. Діджитал-стратегія для громадських організацій. Розширення аудиторії прихильників та майданчиків залучення спільноти до проєктів та ініціатив. Створення контенту, оптимального для пошукових систем. Співпраця з пресою, прес-релізи та інші інструменти комунікації. Бренд-айдентика для громадських організацій. Інфографіка для громадського сектору. Маркетинг для неприбуткових організацій. Пошукова оптимізація або search engine optimization (SEO) для громадських організацій. Контент-стратегії для громадського сектору задля ефективності в інформаційному просторі. Комунікація під час фандрайзингових кампаній. Ефективний нетворкінг для громадських організацій. Комунікування чутливих тем заради соціальних змін через інформаційні кампанії. Ефективність комунікаційних кампаній.</p> <p>Види занять: лекції, практичні заняття, самостійна робота</p> <p>Методи навчання: бізнес-кейси, навчальні дискусії, ділові ігри, мозкова атака, підготовка есе.</p> <p>Форми навчання: денна</p>	
Пререквізити	Загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти.	
Пореквізити	Знання щодо комунікаційних стратегій можуть бути використані при написанні кваліфікаційної роботи.	

Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ	<p>1. Кочубей Лариса Олександрівна PR у політичній сфері: підручник/ НАН України, Ін-т політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса. – Київ, 2013. – 472 с.</p> <p>2. Новак Валентина Олексіївна, Симоненко Юрій Григорович, Бондар Валерій Петрович, Матвєєв В'ячеслав Васильович Інформаційні системи в менеджменті: підручник/ МОН. – Київ: Каравела, 2007. – 616 с.</p> <p>3. Матвієнко Валерій Якович Соціальні технології: навчальний посібник. – Київ: Українські пропілеї, 2001. – 445 с.</p> <p>4. Дубовик Тетяна Віталіївна Інтернет-маркетингові комунікації: монографія/ МОН України, Київський національний торговельно-економічний ун-т. – Київ: КНТЕУ, 2014. – 332 с.</p> <p>5. Коновець Олександр Федорович Масова комунікація: теорії, моделі, технології : навчальний посібник. – Київ: Абрис, 2009. – 265 с.</p> <p>6. Почепцов Георгій Георгійович, Чукут Світлана Анатоліївна Інформаційна політика: навчальний посібник. – Київ: Знання, 2006. – 664 с.– (Вища освіта XXI століття) https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/42874</p>
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторний фонд Факультету міжнародних відносин (7 корпус).
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Диференційний залік
Кафедра	Кафедра реклами і зв'язків з громадськістю
Факультет	Факультет міжнародних відносин
Викладач(і)	<div data-bbox="595 927 842 1182" data-label="Image"> </div> <p>СТЕЛЬМАШОВ АРТЕМ КИРИЛОВИЧ Посада: старший викладач кафедри реклами і зв'язків з громадськістю ФМВ Науковий ступінь: Вчене звання: Профайл викладача:</p> <p>http://fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_rzgz/profесорсько-викладацький-склад/ Тел.: 0989522021 E-mail: stelmashov@gmail.com Робоче місце: 7.218</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс
Лінк на дисципліну	Дисципліна вивчається вперше