	Силабус навчальної дисципліни **«ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ»** **Спеціальність 061 «Журналістика»** **Освітньо-професійна програма: “Реклама і зв’язки з громадськістю**
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента із фахового вибіркового переліку
Курс	4 (четвертий)
Семестр	7 (сьомий)
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	4 кредити / 120 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)	– 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)	У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних компетентностей: – 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	**Зміст дисципліни:** Інформаційно-комунікаційна стратегія, комунікації і кризові комунікації у громадському секторі. Комунікаційні практики в громадському секторі. Ефективні комунікацій 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. **Види занять:** лекції, практичні заняття, самостійна робота **Методи навчання:** бізнес-кейси, навчальні дискусії, ділові ігри, мозкова атака, підготовка есе. **Форми навчання:** денна
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	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. 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. 3. Матвієнко Валерій Якович Соціальні технології: навчальний посібник. – Київ: Українські пропілеї, 2001. – 445 с. 4. Дубовик Тетяна Віталіївна Інтернет-маркетингові комунікації: монографія/ МОН України, Київський національний торговельно-економічний ун-т. – Київ: КНТЕУ, 2014. – 332 с. 5. Коновець Олександр Федорович Масова комунікація: теорії, моделі, технології : навчальний посібник. – Київ: Абрис, 2009. – 265 с. 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
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторний фонд Факультету лінгвістики та соціальних комунікацій (8 корпус), навчальна лабораторія, яка оснащена сучасною комп'ютерною технікою та обладнанням для проведення лекційних і практичних занять.
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Диф. Залік
Кафедра	Кафедра реклами і зв`язків з громадськістю
Факультет	Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій
Викладач(і)	 **ПІБ:** Стельмашов Артем Кирилович **Посада:** старший викладач кафедри реклами і зв`язків з громадськістю

	Профайл викладача: http://fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_rzg/професорсько-викладацький-склад/ **Тел.:** 098-952-20-21 **E-mail:** artem.stelmashov@npp.kai.edu.ua **Робоче місце:** 7.218
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс
Лінк на дисципліну	Код доступу Google клас

Розробник Стельмашов А.К.
Завідувач кафедри Іващук А.А.