**Львівський національний університет імені Івана Франка**

**СЕМЕСТРОВИЙ ПЛАН**

**лекційних, практичних (семінарських) і лабораторних занять**

 Навч. рік **2021-2022**

Кафедра політології

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид заняття | Ауд. |  В тому числі | СР | Всього |  |
| Л | ПС | ЛР |
|  К-стьгодин всем. | 52 | 26 | 26 |  |  |  | Назва дисципліни **–** Організація PR-кампаній"ЗАТВЕРДЖУЮ"Галузь знань – 05 зав. кафедроюСпеціальність – 052 проф. Романюк А.С.Факультет **–** Філософський  **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |
| К-стьгодин натиждень | 4 | 2 | 2 |  |  |  |  (підпис)Курс\_4\_Семестр\_8\_\_ "\_\_\_" \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2019 р.  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Лекційний курс | Практичні (семінарські) заняття | Самостійна робота |
| Тижні | Дата | Номер, назва і зміст теми | К-сть годин | ТЗП | Номер, назва і зміст теми | К-сть годингодин | ТЗП | К-сть годин СР | Видача і прийняття домашніх завдань | Контрольпоточноїуспішності  |
| 1 |  | Тема 1. Поняття та загальна характеристика PR-кампаній | 2 |  | Тема 1. Поняття та загальна характеристика PR-кампаній | 1 |  |  |  |  |
| 2 |  | Тема 2. Методологія побудови кампаній у різних комунікативних системах | 2 |  | Тема 2. Методологія побудови кампаній у різних комунікативних системах | 1 |  |  |  |  |
| 3 |  | Тема 3. Стратегічне планування та програмування | 2 |  | Тема 3. Стратегічне планування та програмування | 1 |  |  |  |  |
| 4 |  | Тема 4. Сутність PR-технологій. Модульні технології у реалізації PR-кампаній | 2 |  | Тема 4. Сутність PR-технологій. Модульні технології у реалізації PR-кампаній | 1 |  |  |  |  |
| 5 |  | Тема 5. Управління проектами у сфері зв’язків з громадськістю | 2 |  | Тема 5. Управління проектами у сфері зв’язків з громадськістю | 1 |  |  |  |  |
| 6 |  | Тема 6. Структура і зміст PR-брифу. Бюджет кампанії | 2 |  | Тема 6. Структура і зміст PR-брифу. Бюджет кампанії | 1 |  |  |  |  |
| 7 |  | Тема 7. Особливості організації PR-кампаній в Інтернеті | 2 |  | Тема 7. Особливості організації PR-кампаній в Інтернеті | 1 |  |  |  |  |
| 8 |  | Тема 8. Оформлення проекту майбутньої кампанії | 2 |  | Тема 8. Оформлення проекту майбутньої кампанії | 1 |  |  |  |  |
| 9 |  | Тема 9. Соціальні кампанії: споснсоринг і фандрайзинг | 2 |  | Тема 9. Соціальні кампанії: споснсоринг і фандрайзинг | 1 |  |  |  |  |
| 10 |  | Тема 10. Іміджеві кампанії у зв’язках з громадськістю | 2 |  | Тема 10. Іміджеві кампанії у зв’язках з громадськістю | 1 |  |  |  |  |
| 11 |  | Тема. 11. Репутаційні кампанії у зв’язках з громадськістю | 2 |  | Тема. 11. Репутаційні кампанії у зв’язках з громадськістю | 1 |  |  |  |  |
| 12 |  | Тема 12. Комунікаційний кризовий менеджмент. Кампанії по запобіганню кризам і ліквідації його наслідків. | 2 |  | Тема 12. Комунікаційний кризовий менеджмент. Кампанії по запобіганню кризам і ліквідації його наслідків. | 1 |  |  |  |  |
| 13 |  | Тема 13. Структура звіту і процес його складання | 2 |  | Тема 13. Структура звіту і процес його складання | 1 |  |  |  |  |

Уклав: доц. Панарін А.С.