

## PR-РИТОРИКА

<b>Тип (статус) дисципліни</b>	Вибіркова загальної підготовки
<b>Освітній рівень</b>	Перший (бакалаврський)
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Семестр</b>	
<b>Кількість призначених кредитів ЄКТС</b>	4
<b>Форми навчання, для яких викладається дисципліна</b>	Денна/заочна

**Результати навчання.** Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, має: оперувати категоріальним апаратом PR, НЛП та риторики; гармонізувати суспільство з орієнтацією на формування в суспільній свідомості відносин довіри і толерантності до суб'єктів соціальної комунікації; використовувати засоби PR-риторики у нівелюванні деструктивного впливу маніпуляційних технік; створювати оптимальне комунікативне середовище, прес-посередництво, промоушн і пабліситі; розробляти прес-матеріали, організувати івенти; аналізувати PR-текст і PR-дискурс; продукувати рекламний і презентаційний текст; координувати взаємини з цільовою аудиторією; моделювати програму Особистого Бренду та успішно здійснювати її просування впродовж життя; досягати життєтворчих цілей шляхом встановлення гуманістичних міжособистісних взаємин та крос-культурного діалогу.

**Зміст навчальної дисципліни.** PR-риторика як навчальна дисципліна. Генеза PR-риторики. Класична риторика та Public Relations. Прикладні сфери комунікативної лінгвістики. Нейролінгвістичне програмування в PR-риториці. Конкурентоспроможний текстовий контент. PR-текст та PR-дискурс. Філологічні компетенції як основа спічрайтингу і копірайтингу. Сторітелінг та гумористична комунікація в соціальних мережах. Нетворкінг і френдинг. Самопрезентація. Зв'язок PR-риторики з дозвіллезнавством. Івент як PR-інструмент. Формування іміджу і просування Особистого Бренду. PR-риторика як базисна цивілізаційна технологія у системі соціальних комунікацій та професійної підготовки. Рекрутинг. Риторичний ідеал: гуманістична інноваційна Людини XXI ст.

**Запланована аудиторна робота:** не менше 1/3 від загального обсягу дисципліни.

**Форми (методи) навчання:** лекція (з використанням відеопрезентацій, онлайн-мосту, технологій з розвитку творчого мислення), практичні заняття (з використанням роботи з лідерами думок, самореклами, риторичного аналізу PR-тексту, веб-сайтів, контент-аналізу, івент-аналізу, дискурс-аналізу; прес-конференції; тренінгів;

**Форми оцінювання результатів навчання:** усне опитування, презентація результатів виконання індивідуального завдання, письмове опитування (тестування); творча робота.

**Вид семестрового контролю:** залік

### Навчальні ресурси:

1. Каплунов Д. Як писати комерційну пропозицію. Харків: Фабула, 2019. 352 с.
2. Коваль Т. Основи літературної творчості: практикум з курсу для студентів напряму підготовки «Філологія. Українська мова і література». Хмельницький: ХНУ, 2015. 116 с.
3. Королько В., Некрасова В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підруч. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Вид. Дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.
4. Семенюк О., Парашук В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Київ: ВЦ «Академія», 2010. 240 с. (Серія «Альма-матер»).
5. Куліш А. Public relations для громадських (недержавних) організацій. Київ, 2004. 125 с.
6. Модульне середовище для навчання MOODLE. URL: <https://msn.khmnu.edu.ua/>
7. Електронна бібліотека університету. URL: <http://library.khmnu.edu.ua/>

**Викладач(і):** викладач Коваль Т.П.