



ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

Институт международных отношений и социальных технологий
Кафедра всеобщей истории, социологии и политологии

ТУШКОВ

Александр Анатольевич

Доктор исторических наук, профессор кафедры ВИПС

ФАСИЛИТАЦИЯ. ПРОЦЕДУРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ

Презентация по курсу «Связи с общественностью»

Предназначен для студентов специальности

030201 - Политология

020251 - Политический менеджмент и связи с общественностью



Учебные вопросы:

1. Фасилитатор и фасилитация
2. Этапы фасилитации



1. Фасилитатор и фасилитация

Процедура фасилитации представляет собой процесс, где специалист, приемлемый для всех членов группы, нейтральный и не имеющий права принимать решения (фасилитатор), помогает группе улучшить способы идентификации проблем и принятия решений за счет организации конструктивной совместной деятельности.

Фасилитация – это эффективная технология решения проблем групповой работы.



1. Фасилитатор и фасилитация

Три главные составляющие фасилитации

Фасилитатор повышает групповую активность за счет улучшения процесса совместной работы, под которой понимается:

- ❖ Как члены группы разговаривают друг с другом.
- ❖ Как они находят общее понимание проблем.
- ❖ Как принимают решения.
- ❖ Как разрешают конфликты.

Процесс фасилитации базируется на трех составляющих:

- ❖ Валидной (приемлемой, адекватной) информации.
- ❖ Свободном и компетентном выборе.
- ❖ Внутренней ответственности за этот выбор.



2. Этапы фасилитации

1. Определить проблему.
2. Выявит причины, вызвавшие ее.
3. Установить критерии для решения данной проблемы.
4. Генерировать альтернативные решения.
5. Оценить их.
6. Выбрать лучшее решение.
7. Выработать план действий по реализации данного решения по следующей схеме: пункт плана – его цель – начало и конец работы по выполнению – ресурсы – ответственный за выполнение с указанием фамилии и должности.
8. Осуществить эти действия.
9. Оценить результаты работы и роль в них фасилитации.



2. Этапы фасилитации

Работа на каждом этапе целесообразно вести с помощью метода «мозговой атаки». Метод «мозговой атаки» это способ генерации идей, с помощью которых можно решить ту или иную проблему.

При организации «мозговой атаки» фасилитатору полезно использовать ориентиры:

- ❖ «ДО МОЗГОВОЙ АТАКИ»
- ❖ «ВО ВРЕМЯ МОЗГОВОЙ АТАКИ»
- ❖ «ПОСЛЕ ОКОНЧАНИЯ ПРОЦЕССА ГЕНЕРАЛИЗАЦИИ ИДЕЙ»



Литература

1. Белов А.А. Теория и практика связей с общественностью: Учеб. пособие. – СПб.: ООО Изд-во «Северо-Запад»; Ростов н/Д.: Изд-во «Феникс», 2005. – 208 с.
2. Боброва И.И. Чёрный PR? Белый GR! Цветной IR:): менеджмент информационной культуры / И. Боброва, В. Зимин. – М.: Вершина, 2006. – 464 с.
3. Варакута С.А., Егоров Ю.Н. Связи с общественностью: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 246 с.
4. Галумов Э.А. Основы PR. – М.: Летопись XXI, 2004. – 408 с.
5. Горкина М.Б. Пять шагов от менеджера до PR-директора. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 220 с.
6. Катлип Скотт М., Сентер Аллен Х., Брум Глен М. Паблик рилейшнз: теория и практика: Учебное пособие / Пер. с англ. – 8-е изд. – М.: Вильямс, 2001. – 614 с.
7. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: Учебник для студентов вузов – М.: Аспект Пресс, 2005. – 300 с.



Использование материалов презентации

Использование данной презентации, может осуществляться только при условии соблюдения требований законов РФ об авторском праве и интеллектуальной собственности, а также с учетом требований настоящего Заявления.

Презентация является собственностью авторов. Разрешается распечатывать копию любой части презентации для личного некоммерческого использования, однако не допускается распечатывать какую-либо часть презентации с любой иной целью или по каким-либо причинам вносить изменения в любую часть презентации. Использование любой части презентации в другом произведении, как в печатной, электронной, так и иной форме, а также использование любой части презентации в другой презентации посредством ссылки или иным образом допускается только после получения письменного согласия авторов.