

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

«ЗАТВЕРДЖУЮ»



Проректор з науково-педагогічної роботи

В. Галовко
Орленя 2022 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Теорія та практика зв'язків з громадськістю»
(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
галузь знань 06 Журналістика
спеціальність 061 Журналістика
освітня програма Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю
спеціалізація _____
вид дисципліни обов'язкова
факультет соціологічний

2022/2023 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету ХНУ імені В.Н. Каразіна

15 червня 2022 року, протокол № 7

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: (вказати авторів, їхні наукові ступені, вчені звання та посади)

Ірина СОЛДАТЕНКО, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій

Програму схвалено на засіданні кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій соціологічного факультету.

Протокол від 27 квітня 2022 року № 3

В.о.завідувача кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій


(підпис)

Віль БАКІРОВ
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю»

Гарант освітньо-професійної програми «Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю»


(підпис)

Сергій АКСЬОНОВ
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Протокол від 21 червня 2022 року № 10

Голова методичної комісії


(підпис)

Юлія СОРОКА
(прізвище та ініціали)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни “Теорія та практика зв’язків з громадськістю” складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньо – професійної програми “Медіакомунікації та зв’язки з громадськістю” соціологічного факультету спеціальності 061 Журналістика

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є поглиблення знань студентів з понятійного апарату, знайомство з кейсами та комунікативними практиками зв’язків з громадськістю (PR).

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- ознайомлення студентів із теоріями PR, специфікою реалізації програм із зв’язків з громадськістю в різних соціальних сферах
- розгляд сучасної соціокультурної ролі паблік рилейшнз;
- дослідження сучасних тенденцій в розвитку паблік рилейшнз;
- ознайомлення зі світовими стандартами розвитку PR-діяльності
- освоєння практичних навичок з реалізації піар завдань .

1.3. Кількість кредитів - 5 д.в, 5 з.в

1.4. Загальна кількість годин - 150 д.в., з них аудиторних – 64, 150 з.в, з них ауд. - 14

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Обов’язкова / за вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
2-й	3-й
Семестр	
4-й	5-й
Лекції	
32 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	
32 год.	6 год.
Лабораторні заняття	
Самостійна робота	
86 год.	136 год.
Індивідуальні завдання	

1.6. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної (освітньо-наукової) програми, здобувачі повинні набути компетентності та демонструвати такі результати навчання:

Перелік предметних компетентностей здобувача вищої освіти:

Загальні компетентності:

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК07. Здатність працювати в команді.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

Фахові компетентності

СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

СК03. Здатність створювати медіапродукт.

СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.

Програмні результати навчання

ПРО 1. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.
 ПРО2. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

ПРО3. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.

ПРО4. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.

ПРО5. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

ПРО6. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.

ПРО7. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

ПРО8. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікативних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. Теорія паблік рилейшнз

Тема. 1. 1. Світові стандарти сучасної PR-діяльності. Огляд тенденцій.

Інформаційні джерела курсу, огляд рекомендованої літератури та методичні рекомендації до самостійної роботи.

Постіндустріалізм, епоха споживання. Створення трансгрупових спільнот. Вертикально-інтегровані групи, мережеві агенції. Сучасні тренди в створенні повідомлень в рекламі та паблік рилейшнз (позитив, лаконічність, соціальна відповідальність).

Тема 1.2 Міжнародні паблік рилейшнз.

Зміст і поняття міжнародних PR. Міжнародні групи громадськості та їх особливості. Просування організації за кордоном.

Тема 1.3 Теоретичні засади паблік рилейшнз.

Теорія взаємовідносин. Теорія пізнання та поведінки. Теорії масової комунікації. PR моделі Дж.Груніга. Формула RACE.

Тема 1.4 Корпоративна культура і PR.

Теорія організаційної культури Е.Штейна. Структура організаційної культури. Управління культурою. Комунікація та організаційна культура.

Тема 1.5 Загальні засади управління PR- процесом.

Особливості теорії управління процесом паблік рилейшнз. Складові процесу управління. Підходи до процесу управління у сфері PR.

Тема 1.6 Довіра - основа ефективних комунікацій в PR.

Визначення поняття “довіра”. Концептуальні засади дослідження феномену довіри: огляд основних підходів. Довіра як основа ефективних комунікацій і ключовий фактор в PR діяльності. Успішні PR-кампанії в створенні довірчих відносин “організація – клієнт”.

Розділ 2. Практика PR- діяльності

Тема 2.1 Розробка комунікаційної стратегії.

Цілі та завдання комунікації. Визначення цільових аудиторій. Розробка ключових повідомлень. Ідентифікація комунікаційних каналів. Визначення стейкхолдерів та розробка плану комунікаційної взаємодії з ними.

Тема 2.2 Реалізація комунікаційних кампаній

Розробка комунікаційних кампаній для різних груп громадськості. Програмування заходів в межах кампанії. Підготовка інформаційних продуктів. Прес- реліз. Взаємодія із ЗМІ.

Тема 2.3 Комунікації в Інтернет- середовищі

Сфери застосування Інтернет -PR. Питання використання Веб-сайтів, соціальних мереж. Інтранет.

Тема 2.4 Підготовка керівників до комунікації

Роль керівника організації в процесі комунікації. Підготовка керівників до виступів в ЗМІ. Підготовка до публічних виступів. Комунікації керівників в соціальних мережах. Спічрайтинг.

Тема 2.5 Технології формування позитивного іміджу

Анатомія іміджу. Внутрішня громадськість та імідж організації. PR-реклама іміджу. Іміджева атрибутика організації. Репутаційний менеджмент. Моделі тактики репутаційного менеджменту.

Тема 2.6 PR у конфліктних і кризових ситуаціях.

Типологія криз. Загальні питання управління кризою. Управління проблемами задля запобігання криз. Управління в умовах кризи. Комунікація в умовах кризи. Боротьба з чутками. Аналіз ситуації після кризи.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	П	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Теорія паблік рилейшнз												
Тема 1.1: Світові стандарти сучасної PR-діяльності. Огляд тенденцій	16	4	4			8	11	1				10
Тема 1.2: Міжнародні паблік рилейшнз	14	4	2			8	11		1			10
Тема 1.3: Теоретичні засади паблік рилейшнз	10	2	2			6	11	1				10
Тема 1.4: Корпоративна культура і PR	10	2	2			6	11	1				10
Тема 1.5: Загальні засади управління PR- процесом	10	2	2			6	13	1				12
Тема 1.6: Довіра - основа ефективних комунікацій в PR	14	2	4			8	11		1			10
Разом за розділом 1	60	16	16			42	68	4	2			62
Розділ 2. Практика паблік рилейшнз												
Тема 2.1: Розробка комунікаційної стратегії	16	4	4			8	17	1	1			15
Тема 2.2: Реалізація комунікаційних кампаній	16	2	4			8	12	1	1			10
Тема 2.3: Комунікації в Інтернет-середовищі	10	2	2			6	16		1			15
Тема 2.4: Підготовка керівників до комунікації	10	2	2			6	13		1			12
Тема 2.5: Технології формування позитивного іміджу	12	2	2			8	11	1				10
Тема 2.6: PR у конфліктних і кризових ситуаціях	12	4	2			8	13	1				12
Разом за розділом 2	60	16	16			44	82	4	4			74
Усього годин	150	32	32			86	150	8	6			136

4. Теми семінарських занять д.в

Назва теми	Кількість Годин
Тема 1.1: Світові стандарти сучасної PR-діяльності. Огляд тенденцій	4
Тема 1.2: Міжнародні публік рилейшнз	2
Тема 1.3: Теоретичні засади публік рилейшнз	2
Тема 1.4: Корпоративна культура і PR	2
Тема 1.5: Загальні засади управління PR- процесом	2
Тема 1.6: Довіра - основа ефективних комунікацій в PR	4
Тема 2.1: Розробка комунікаційної стратегії	4
Тема 2.2: Реалізація комунікаційних кампаній	4
Тема 2.3: Комунікації в Інтернет- середовищі	2
Тема 2.4: Підготовка керівників до комунікації	2
Тема 2.5: Технології формування позитивного іміджу	2
Тема 2.6: PR у конфліктних і кризових ситуаціях	2
Разом	32

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин д.в
1	За розділом 1. прочитати підручники та посібники: 1. Королько В.Г. Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Наукові основи, методика, практика: Підручник для студентів вищих навчальних закладів/ 3-е вид. Доп. і перероблене -К.: Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2009.- 831 с. 2. Почепцов Г.Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття.- Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2017.- 260 с.	42
2	За розділом 2 прочитати посібники: 1. Коник Дмитро. Стратегічні комунікації. Посібник для державних службовців.-Київ, 2016 (@Міжнародний банк реконструкції та розвитку/Світовий банк); 2. Якокка Лі. Автобіографія/ Лі Якокка, Вільям Новак; пер. з англ. Г Литвиненко.- Х.: Вид-во «Ранок»: «Фабула», 2019.-384 с.; 3. Шульц Говард, Гордон Джон.Старбакс. -Київ.:	44

	«Наш Формат», 2017.- 408 с.	
	Разом	68

6. Види навчальної діяльності (змішане навчання, лекцій, семінарські заняття)

Тема	Класифікація	Попередня підготовка	Подача нової інформації	Тренування	Зворотній зв'язок
Розділ 1. Теорія паблік рилейшнз					
Тема 1.1: Світові стандарти сучасної PR-діяльності. Огляд тенденцій	Вступна лекція, семінар	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Презентація відеоконференція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу
Тема 1.2: Міжнародні паблік рилейшнз	Оглядова лекція, семінар	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Презентація відеоконференція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу
Тема 1.3: Теоретичні засади паблік рилейшнз	Інформаційна лекція, семінар	Ознайомлення або повторення	Презентація відеоконференція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу

		термінології, необхідної для роботи з темою			
Тема 1.4: Корпоративна культура і PR	Інформаційна лекція, семінар	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Презентація відеоконференція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу
Тема 1.5: Загальні засади управління PR-процесом	Інформаційна лекція, семінар	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Презентація Відеоконференція робота в групах	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу
Тема 1.6: Довіра - основа ефективних комунікацій в PR	Інформаційна лекція, семінар	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з	Презентація Відеоконференція, робота в групах	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу

		темою			
Розділ 2. Практика паблік рилейшнз					
Тема 2.1: Розробка комунікацій ної стратегії	Інформаці йна лекція, семінар	Ознайом лення або повторен ня термінол огії, необхідн ої для роботи з темою	Презентація відеоконфе ренція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорен ня навчальног о матеріалу
<i>Тема 2.2: Реалізація комунікаційн их кампаній</i>	Інформаці йна лекція, семінар	Ознайом лення або повторен ня термінол огії, необхідн ої для роботи з темою	Презентація відеоконфе ренція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорен ня навчальног о матеріалу
Тема 2.3: Комунікації в Інтерент- середовищі	Інформаці йна лекція, семінар	Ознайом лення або повторен ня термінол огії, необхідн ої для роботи з темою	Презентація відеоконфе ренція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорен ня навчальног о матеріалу
Тема 2.4:	Інформаці	Ознайом	Презентація	Робота з	Обговорен

Підготовка керівників до комунікації	йна лекція, семінар	лення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	відеоконференція	літературою Робота з кейсами	ня навчального матеріалу
Тема 2.5: Технології формування позитивного іміджу	Інформаційна лекція, семінар	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Презентація відеоконференція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу
Тема 2.6: PR у конфліктних і кризових ситуаціях	Практичне заняття. Підсумкове заняття	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Презентація відеоконференція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу

7. Індивідуальні завдання

Курсова робота

8. Методи контролю

Контрольна робота, семінарські заняття, екзамен

Питання до контрольної роботи

Варіант 1.

1. Розкрийте особливості “ситуаційної теорії” та наведіть приклади її використання у PR практиці.
2. Чому публік ридейшнз є відкритою соціальною системою?
3. Наведіть та схарактеризуйте три основні методи прогнозування, що використовують PR спеціалісти.

Варіант 2.

1. Поясніть сутність “теорії систем” та наведіть приклади її використання у PR практиці.
2. Які основні складові процесу PR-управління?
3. Назвіть різницю між “інформаційними” та “мотиваційними” цілями.

Варіант 3.

1. Розкрийте значення “теорії соціального обміну” та наведіть приклади її використання у PR практиці.
2. Поясніть циклічний характер PR-процесу.
3. Назвіть вісім елементів плану PR –роботи.

Критерії оцінювання питання контрольної роботи

Відповідь повна, або з однією незначною помилкою	8 балів
Відповідь повна, але з двома-трьома незначними помилками	6 бала
Відповідь не досить повна, та (або) із суттєвими помилками	4 бала
Відповідь не повна, містить суттєві помилки	2 бала
Відповідь майже відсутня та (або) не відповідає запитанню	0 балів

Підготовка соціального PR- проекту (для студентів денної форми навчання)

У рамках створення соціального PR-проекту студентам необхідно:

- дослідити проблему, до якої потрібно привернути увагу за допомогою PR-проекту;

- проаналізувати минулі піар ініціативи та медійне висвітлення обраної проблеми;
- визначити мету PR-проекту;
- виділити та описати цільову аудиторію на яку буде спрямована PR-комунікація та адресований відеоролик;
- створити ключове повідомлення, що буде адресоване цільовій аудиторії;
- скласти план PR-комунікацій
- описати канали PR-комунікація
- запропонувати інформаційні привиди, в рамках яких буде демонструватися відеоролик;
- створити відеоролик/написати інформаційний матеріал, що відповідає цілям PR-проекту.

Студенти можуть запропонувати власну тему для створення проєкту, або обрати одну із запропонованих викладачем:

1. Формування довірливого ставлення до поліції
2. Наркотизація молоді як соціальна проблема
3. Здоровий спосіб життя як профілактика хронічних захворювань
4. Забруднення навколишнього середовища
5. Формування толерантного ставлення до людей з обмеженими можливостями
6. Насильство в сім'ї
7. Адаптація вимушених переселенців до нового соціального середовища
8. Трудова еміграція українців
9. Захист тварин від жорстокого поводження
- 10.Самотність людей похилого віку як соціальна проблема
- 11.Формування культури поведінки водіїв і пішоходів на дорогах

Критерії оцінювання PR проекту

Соціальна проблема визначена та описана	2 бала
---	--------

Визначена мета PR-проекту	2 бала
Виділені та описані цільові аудиторію та стейкхолдери	2 бала
Ключове повідомлення проекту створене	2 бала
План PR-проекту складений	2 бала
Запропоновані інформаційні привиди та канали для реалізації проекту	2 бала
Створений відеоролик/написаний інформаційний матеріал, що відповідає цілям PR-проекту	2 бала
ВСЬОГО	14 балів

Схема нарахування балів д/в

Поточний контроль та самостійна робота												Контр ольна робот а перед бачен а навча льним плано м	Разо м	екз аме н	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	проект				
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	14	24	60	40	100

Схема нарахування балів з/в

Поточний контроль та самостійна робота												Контр ольна робот а перед бачен а навча льним плано м	Разо м	екз аме н	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12				
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	60	40	100

Шкала оцінювання результатів навчання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для чотирирівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно
70 – 89	добре
50 – 69	задовільно
1– 49	незадовільно

9. Рекомендована література

Основна література

1. Біденко Сергій, Золотаревич Ірина Репутаційний антистрес : Інструктор для власників і топ менеджерів бізнесу / Сергій Біденко, Ірина Золотаревич.-Київ : Yakaboo Publishing, 2021.-221 с.
2. Коник Дмитро. Стратегічні комунікації. Посібник для державних службовців.-Київ, 2016 (@Міжнародний банк реконструкції та розвитку/Світовий банк);
3. Королько В.Г. Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Наукові основи, методика, практика: Підручник для студентів вищих навчальних закладів/ 3-є вид. Доп. і перероблене -К.: Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2009.- 831 с.
4. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття.- Видавничий дім “Києво-Могилянська академія”, 2017.- 260 с.

5. Шульц Говард, Гордон Джон Старбакс.-Київ.: «Наш Формат», 2017.- 408 с.

Допоміжна література

1. Безлюда Д.М., Коваль О. А. Гуманітарні технології в політиці та їх вплив на сферу національної безпеки // Стратегічна панорама, 2001, № 3-4.- С. 161-169
http://www.niisp.gov.ua/vydanna/panorama/2001_3-4/inform_vidnosyny.pdf
2. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: Навчальний посібник. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2000. – 506 с.
3. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: Методичний посібник/ За ред. В. Г. Королька. – К., 2003 – 216 с.
4. Якокка Лі. Автобіографія/ Лі Якокка, Вільям Новак; пер. з англ. Г Литвиненко.- Х.: Вид-во «Ранок»: «Фабула», 2019.-384 с.
5. Naomi Stanford. Organisation Culture. Getting it right.- The Economist in Association with Profile Books LTD., 2010.- 273 p.

10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

- Сайт з Marketing Media Review <https://mmr.ua>
- The Public Relation Society of America www.prsa.org
- Сайт «Культура і Креативність»
<https://www.culturepartnership.eu/publishing/communication-course/lecture-2-the-stages-of-strategic-communication>