

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

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан соціологічного факультету
Олена МУРАДЯН

« 31 » _____ 2023 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 05 Соціальні та поведінкові науки
спеціальність 054 Соціологія
освітня програма Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю
спеціалізація _____
вид дисципліни обов'язкова
факультет соціологічний

2023/2024 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

« 28 » червня 2023 року, протокол № 6

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Зінюк Анна Володимирівна, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри прикладної соціології і соціальних комунікацій Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Програму схвалено на засіданні кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Протокол від « 05 » червня 2023 року № 14

в.о. завідувачки кафедри
прикладної соціології
та соціальних комунікацій



(підпис)

Ірина СОЛДАТЕНКО

(прізвище та ініціали)

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю»

Гарант освітньо-професійної програми «Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю»



(підпис)

Ірина СОЛДАТЕНКО

(прізвище та ініціали)

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

Протокол від « 26 » червня 2023 року № 9

Голова науково-методичної комісії



Юлія СОРОКА

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни “Теорія та практика зв’язків з громадськістю” складена відповідно до освітньо-професійної (освітньо-наукової) програми підготовки першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 054-Соціологія, спеціалізації «Соціологія комунікацій, реклами та зв’язків з громадськістю» та враховує вимоги до змішаної форми навчання.

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. *Мета викладання навчальної дисципліни:* поглиблення знань студентів з понятійного апарату, знайомство з кейсами та комунікативними практиками зв’язків з громадськістю.

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

1.3. *Кількість кредитів - 5*

1.4. *Загальна кількість годин – 150*

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Нормативна / за вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
2-й	2-й
Семестр	
4-й	4-й
Лекції	
32 год.(дистанційно)	8 год. (дистанційно)
Практичні, семінарські заняття	
32 год. (дистанційно)	6 год. (дистанційно)
Лабораторні заняття	
год.	год.
Самостійна робота, у тому числі	
86 год.	136 год.
Індивідуальні завдання	
год.	

1.6. *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.

ЗК04. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК06. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

ЗК08. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК09. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК10. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

Фахові компетентності:

СК01. Здатність оперувати базовим категоріально-понятійним апаратом соціології.

СК04. Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.

СК06. Здатність аналізувати та систематизувати одержані результати, формулювати аргументовані висновки та рекомендації.

Програмні результати навчання:

РН01. Використовувати понятійний апарат соціології в освітній, дослідницькій та інших сферах професійної діяльності.

РН04. Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних задач.

РН07. Вміти використовувати інформаційно-комунікаційні технології у процесі пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації.

РН08. Обґрунтовувати власну позицію, робити та аргументувати самостійні висновки за результатами досліджень і аналізу професійної літератури.

РН10. Володіти навичками збору соціальної інформації з використанням кількісних та якісних методів.

РН11. Презентувати результати власних досліджень для фахівців і нефахівців.

РН12. Знати та дотримуватися етичних норм професійної діяльності соціолога.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

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

Зміст: 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 2. Міжнародні паблік рилейшнз

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

Тема 3. Теоретичні засади паблік рилейшнз

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

Тема 4. Корпоративна культура і PR

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

Тема 5. Загальні засади управління PR- процесом

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

Тема 6. Довіра - основа ефективних комунікацій в PR

Зміст: 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”.

Тема 7. Розробка комунікаційної стратегії

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

Тема 8. Реалізація комунікаційних кампаній

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

Тема 9. Комунікації в Інтернет- середовищі

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

Тема 10. Підготовка керівників до комунікації

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

Тема 11. Технології формування позитивного іміджу

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

Тема 12. PR у конфліктних і кризових ситуаціях

Зміст: 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
Тема 1. Світові стандарти сучасної PR-діяльності. Огляд тенденцій <i>(вступна лекція)</i>	12	4	4			8	12	1				11
Тема 2. Міжнародні паблік рилейшнз <i>(тематична лекція)</i>	14	4	2			8	14	1	1			12
Тема 3. Теоретичні засади паблік рилейшнз <i>(тематична лекція)</i>	10	2	2			6	11					11
Тема 4. Корпоративна культура і PR <i>(тематична лекція)</i>	10	2	2			6	11	1				10
Тема 5. Загальні засади управління PR-процесом <i>(тематична лекція)</i>	10	2	2			6	12	1	1			10
Тема 6. Довіра - основа ефективних комунікацій в PR <i>(тематична лекція)</i>	14	2	4			8	13		1			12
Тема 7. Розробка комунікаційної стратегії <i>(тематична лекція)</i>	16	4	4			8	13	1				12
Тема 8. Реалізація комунікаційних кампаній <i>(тематична лекція)</i>	16	4	4			8	14	1	1			12
Тема 9. Комунікації в Інтернет- середовищі <i>(тематична лекція)</i>	10	2	2			6	12					12
Тема 10. Підготовка керівників до комунікації <i>(тематична лекція)</i>	10	2	2			6	12					12
Тема 11. Технології формування позитивного іміджу <i>(тематична лекція)</i>	12	2	2			8	14	1	1			12
Тема 12. PR у конфліктних і кризових ситуаціях <i>(тематична лекція)</i>	12	2	2			8	12	1	1			10
Усього годин	150	32	32			86	150	8	6			136

4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
<u>Тема 1. Світові стандарти сучасної PR-діяльності. Огляд тенденцій</u>			
1.	<p>Семінари 1. Світові стандарти сучасної PR-діяльності. Огляд тенденцій</p> <p style="text-align: center;">Питання до обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вертикально-інтегровані групи, мережеві агенції. 2. Наведіть приклади українських та міжнародних брендів в рекламному і PR-бізнесі. 3. Сучасні тренди в створенні повідомлень в рекламі та паблік рилейшнз. 4. Наведіть приклади ключових повідомлень виявлення турботи про споживача, які представленні в сучасних рекламних повідомленнях (друковані, відео, радіо). 5. Рівень довіри до реклами в Україні та світі. Наведіть результати досліджень. Зробіть аналіз. 	4	
<u>Тема 2. Міжнародні паблік рилейшнз</u>			
2.	<p>Семінар 2. Міжнародні паблік рилейшнз</p> <p style="text-align: center;">Питання до обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Зміст і поняття міжнародних PR. 2. Міжнародні групи громадськості та їх особливості. 3. Просування організації за кордоном. 	4	1
<u>Тема 3. Теоретичні засади паблік рилейшнз</u>			
3.	<p>Семінар 3. Теоретичні засади паблік рилейшнз</p> <p style="text-align: center;">Питання до обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Теорія взаємовідносин. 2. Теорія пізнання та поведінки. 3. Теорії масової комунікації. 4. PR моделі Дж.Груніга. Формула RACE. 	4	1
<u>Тема 4. Корпоративна культура і PR</u>			
4.	<p>Семінари 4. Корпоративна культура і PR</p> <p style="text-align: center;">Питання до обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Організаційна культура. 2. Вплив організаційної культури на репутацію організації. 3. Теорія організаційної культури Едгара Шейна. 	4	
<u>Тема 5. Загальні засади управління PR- процесом</u>			
5.	<p>Семінари 5. Загальні засади управління PR- процесом</p>	4	-

	<p align="center">Питання до обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 8 елементів плану PR роботи. Поясніть різницю між "інформаційними" та "мотиваційними" цілями. У чому різниця між "PR стратегією" та "PR ціллю"? 		
<u>Тема 6. Довіра - основа ефективних комунікацій в PR</u>			
6.	<p>Семінари 6. Довіра - основа ефективних комунікацій в PR</p> <p align="center">Питання до обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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". 	4	1
<u>Тема 7. Розробка комунікаційної стратегії</u>			
7.	<p>Семінар 7. Розробка комунікаційної стратегії</p> <p align="center">Питання до обговорення :</p> <ol style="list-style-type: none"> Цілі та завдання комунікації. Визначення цільових аудиторій. Розробка ключових повідомлень. Ідентифікація комунікаційних каналів. Визначення стейкхолдерів та розробка плану комунікаційної взаємодії з ними. 	2	
<u>Тема 8. Реалізація комунікаційних кампаній</u>			
8.	<p>Семінар 8: Реалізація комунікаційних кампаній</p> <p align="center">Питання до обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> Розробка комунікаційних кампаній для різних груп громадськості. Програмування заходів в межах кампанії. Підготовка інформаційних продуктів. Прес- реліз. Взаємодія із ЗМІ. 	2	1
<u>Тема 9. Комунікації в Інтернет- середовищі</u>			
	<p>Семінар 9: Комунікації в Інтернет- середовищі</p> <p align="center">Питання до обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> Сфери застосування Інтернет -PR. Використання Веб-сайтів, соціальних мереж. 		
<u>Тема 10. Підготовка керівників до комунікації</u>			
	<p>Семінар 10: Підготовка керівників до комунікації</p> <p align="center">Питання до обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> Роль керівника організації в процесі комунікації. Підготовка керівників до виступів в ЗМІ. 		
<u>Тема 11. Технології формування позитивного іміджу</u>			
	<p>Семінар 11: Технології формування позитивного іміджу</p>		

	Питання до обговорення:		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Анатомія іміджу. 2. Внутрішня громадськість та імідж організації. 3. Іміджева атрибутика організації. 4. Репутаційний менеджмент. 5. Моделі тактики репутаційного менеджменту. 		
<u>Тема 12. PR у конфліктних і кризових ситуаціях</u>			
	Семінар 12: PR у конфліктних і кризових ситуаціях		
	Питання до обговорення:		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Репутаційні ризики. 2. Управління проблемами задля запобігання криз. 3. Управління комунікаційними ризиками 4. Комунікація в умовах кризи. 		
	Усього годин	32	6

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	Підготовка відповідей на запитання на практичному занятті. Участь у дискусії.	8
2	Підготовка відповідей на запитання на практичному занятті. Участь у дискусії.	8
3	Підготовка відповідей на запитання на практичному занятті. Участь у дискусії.	6
4	Підготовка відповідей на запитання на практичному занятті. Участь у дискусії.	6
5	Підготовка відповідей на запитання на практичному занятті. Підготовка доповідей. Участь у дискусії.	6
6	Підготовка відповідей на запитання на практичному занятті. Участь у дискусії.	8
7	Підготовка відповідей на запитання на практичному занятті. Участь у дискусії.	8
8	Підготовка відповідей на запитання на практичному занятті. Участь у дискусії.	8
9	Підготовка відповідей на запитання на практичному занятті. Участь у дискусії	6
10	Підготовка відповідей на запитання на практичному занятті. Участь у дискусії	6
11	Підготовка відповідей на запитання на практичному занятті. Участь у дискусії	8
12	Підготовка відповідей на запитання на практичному занятті. Участь у дискусії	8
	Разом	86

6. Види навчальної діяльності (змішане навчання)

Лекції					
	Класифікація	Попередня підготовка	Подача нової інформації	Тренування	Зворотній зв'язок
Лекція 1. Світові стандарти сучасної PR-діяльності. Огляд тенденцій	Вступна	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; ● Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу
Лекція 2. Міжнародні паблік рилейшнз	Інформаційна (тематична)	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; ● Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу
Лекція 3. Теоретичні засади паблік рилейшнз	Інформаційна (тематична)	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; ● Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу
Лекція 4. Корпоративна культура і PR	Інформаційна (тематична)	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; ● Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу
Лекція 5. Загальні засади управління PR-процесом	Інформаційна (тематична)	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; ● Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу
Лекція 6. Довіра - основа ефективних комунікацій в PR	Інформаційна (тематична)	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; ● Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу
Лекція 7. Розробка комунікаційної стратегії)	Інформаційна (тематична)	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; ● Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу
Лекція 8. Реалізація комунікаційних кампаній	Інформаційна (тематична)	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; ● Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу
Лекція 9. Комунікації в Інтернет-середовищі	Інформаційна (тематична)	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція ● 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; ● Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу
Лекція 10. Підготовка керівників до комунікації	Інформаційна (тематична)	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція ● 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; ● Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу
Лекція 11. Технології формування позитивного іміджу	Інформаційна (тематична)	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція ● 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; ● Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу
Лекція 12.	Інформаційна	Ознайомлення	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання;

PR у конфліктних і кризових ситуаціях)	(тематична)	або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> • відеоконференція • 	самоперевірки; • Пошук відповідей на питання	• Обговорення навчального матеріалу	
Семінари						
	Вид навчальної діяльності	Попередня підготовка	Виконання практичного завдання	Оцінювання	Рефлексія	Зворотній зв'язок
Семінар 1. Світові стандарти сучасної PR-діяльності. Огляд тенденцій	Онлайн-діяльність	Ознайомлення з літературою до семінару	Пошук відповідей на питання; творча дискусія	Усна відповідь;	Діалог, групове обговорення кейсів	<ul style="list-style-type: none"> • Групові консультації; • коментарі під час заняття від викладача
Семінар 2. Міжнародні паблік рилейшнз	Онлайн-діяльність	Ознайомлення з літературою до семінару	Пошук відповідей на питання; творча дискусія	Усна відповідь;	Діалог, групове обговорення кейсів	<ul style="list-style-type: none"> • Групові консультації; • коментарі під час заняття від викладача
Семінар 3. Теоретичні засади паблік рилейшнз	Онлайн-діяльність	Ознайомлення з літературою до семінару	Пошук відповідей на питання; творча дискусія	Усна відповідь;	Діалог, групове обговорення кейсів	<ul style="list-style-type: none"> • Групові консультації; • коментарі під час заняття від викладача
Семінар 4. Корпоративна культура і PR	Онлайн-діяльність	Ознайомлення з літературою до семінару	Пошук відповідей на питання; творча дискусія	Усна відповідь;	Діалог, групове обговорення кейсів	<ul style="list-style-type: none"> • Групові консультації; • коментарі під час заняття від викладача
Семінар 5. Загальні засади управління PR-процесом	Онлайн-діяльність	Ознайомлення з літературою до семінару	Пошук відповідей на питання; творча дискусія	Усна відповідь;	Діалог, групове обговорення кейсів	<ul style="list-style-type: none"> • Групові консультації; • коментарі під час заняття від викладача
Семінар 6. Довіра - основа ефективних комунікацій в PR	Онлайн-діяльність	Ознайомлення з літературою до семінару	Пошук відповідей на питання; творча дискусія	Усна відповідь;	Діалог, групове обговорення кейсів	<ul style="list-style-type: none"> • Групові консультації; • коментарі під час заняття від викладача
Семінар 7. Розробка комунікаційної стратегії)	Онлайн-діяльність	Ознайомлення з літературою до семінару	Пошук відповідей на питання; творча дискусія	Усна відповідь;	Діалог, групове обговорення кейсів	<ul style="list-style-type: none"> • Групові консультації; • коментарі під час заняття від викладача
Семінар 8. Реалізація комунікаційних кампаній	Онлайн-діяльність	Ознайомлення з літературою до семінару	Пошук відповідей на питання; творча дискусія	Усна відповідь;	Діалог, групове обговорення кейсів	<ul style="list-style-type: none"> • Групові консультації; • коментарі під час заняття від викладача
Семінар 9. Комунікації в Інтернет-	Онлайн-діяльність	Ознайомлення з літературою	Пошук відповідей на питання;	Усна відповідь;	Діалог, групове обговорення	<ul style="list-style-type: none"> • Групові консультації; • коментарі

середовищі		до семінару	творча дискусія		кейсів	під час заняття від викладача
Семінар 10. Підготовка керівників до комунікації	Онлайн-діяльність	Ознайомлення з літературою до семінару	Пошук відповідей на питання; творча дискусія	Усна відповідь;	Діалог, групове обговорення кейсів	● Групові консультації; ● коментарі під час заняття від викладача
Семінар 11. Технології формування позитивного іміджу	Онлайн-діяльність	Ознайомлення з літературою до семінару	Пошук відповідей на питання; творча дискусія	Усна відповідь;	Діалог, групове обговорення кейсів	● Групові консультації; ● коментарі під час заняття від викладача
Семінар 12. PR у конфліктних і кризових ситуаціях)	Онлайн-діяльність	Ознайомлення з літературою до семінару	Пошук відповідей на питання; творча дискусія	Усна відповідь;	Діалог, групове обговорення кейсів	● Групові консультації; ● коментарі під час заняття від викладача

7. Методи контролю

Контроль знань з навчальної дисципліни визначає відповідність рівня отриманих студентами знань, вмінь та навичок вимогам нормативних документів з вищої освіти. Навчальним планом та програмою навчальної дисципліни передбачені різні види завдань. За виконання різних видів завдань протягом семестру студенти набирають певну суму балів, яка дозволяє (або не дозволяє) скласти залік. *Мінімальна кількість 24 бали*, з якою студент допускається до написання іспиту.

Поточний контроль – опитування на семінарських заняттях за контрольними та програмними питаннями поточної та попередніх тем; оцінювання ступеню активності студентів та якості їхніх виступів та коментарів при проведенні дискусій на семінарських заняттях. *Рубіжний контроль* – контрольна робота за темами розділів. *Підсумковий контроль* – письмовий екзамен.

Форми навчання: *лекції* (розкриваються принципові та найбільш важливі аспекти визначених тем) із застосуванням мультимедійних засобів навчання; інтерактивні *семінари* з елементами теоретичних дискусій, обговорення кейсів, роботою у групах та із застосуванням мультимедійних засобів навчання; консультації. Самостійна робота студентів з навчальною літературою, першоджерелами та Інтернет-ресурсами.

8. Схема нарахування балів

Приклад для підсумкового семестрового контролю при проведенні семестрового екзамену або залікової роботи

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання												Екзамен	Сума		
Розділ											Контрольна робота, передбачена навчальним планом			Разом	
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12 \ проект				
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	14	24	60	100

T1, T2 ... T12 – теми розділів.

Критерії оцінювання поточного контролю

Студенти одержують бали за підготовленість і роботу на кожному семінарському занятті. Обов'язковим також є виконання всіх індивідуальних завдань, а також виконання контрольної роботи. Це дає допуск до здачі екзамену.

За роботу на семінарах з кожної теми студент може отримати:

2 балів – відповідь студента характеризується повним, глибоким та змістовним знанням теоретичного та практичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями дисципліни. Він систематично активно бере участь в обговоренні кожної теми, що вивчається, його відповіді характеризуються креативним підходом.

1 бал – відповідь студента характеризується повним і змістовним знанням теоретичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями. Але він недостатньо активно бере участь в ході обговорення теоретичних питань і допускає при виконанні практичних завдань деякі неточності, його відповіді не характеризуються креативним підходом.

0 балів – у студента дуже слабкий рівень знання теоретичного матеріалу; відсутні навички виконання завдань з навчальної дисципліни, він не приймає участі в обговоренні теоретичного матеріалу, що вивчається; студент допускає змістовні помилки у відповідях на конкретні питання і завдання.

Критерії оцінювання контрольної роботи

За виконання контрольної роботи студент може отримати до 24 балів:

19 – 24 балів – студент здав роботу, яка повністю відповідає поставленим завданням, не містить граматичних та орфографічних помилок та до якої відсутні зауваження викладача по суті та змісту роботи.

13 – 18 балів - студент здав роботу, яка повністю відповідає поставленим завданням, містить 1-2 граматичні або орфографічні помилки, та отримав деякі зауваження викладача по суті та змісту роботи.

7 – 12 балів - студент здав роботу, яка відповідає більшості поставлених завдань, але отримала серйозні зауваження викладача стосовно її змісту та суті, або містить більше трьох граматичних або орфографічних помилок.

1 – 6 бали – студент здав роботу у визначений термін без поважної причини, або в роботі виявлено значні помилки, відповіді не аргументовано.

0 балів – студент не здав контрольну роботу.

Підготовка соціального PR- проекту

У рамках створення соціального PR-проекту студентам потрібно:

- дослідити проблему, до якої потрібно привернути увагу за допомогою PR-проекту;
- проаналізувати минулі піарні 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 проекту, 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 бали
Визначена мета PR-проекту	2 бали
Виділені та описані цільові аудиторію та стейкхолдери	2 бали
Ключове повідомлення проекту створене	2 бали
План PR-проекту складений	2 бали
Запропоновані інформаційні привиди та канали для реалізації проекту	2 бали
Створений відеоролик/написаний інформаційний матеріал, що відповідає цілям PR-проекту	2 бали
ВСЬОГО	14 балів

Критерії оцінювання екзаменаційної роботи:

Загальна кількість балів за екзаменаційну роботу – 40 балів. В екзаменаційному білеті тестові завдання: 40 тестів оцінюються до **40 балів** (правильна відповідь 1 бал).

У разі продовження воєнного стану з заборонаю відвідування ЗВО надається можливість скласти екзамен у тестовій формі (білет містить 40 тестових завдань, оцінювання: 1 бал за кожну вірну відповідь) дистанційно на платформах Zoom, Google Classroom в курсі «Теорія та практика зв'язків з громадськістю».

Приклад тестових завдань для підсумкового контролю знань

1. Паблік рілейшнз - це:

- A. Діяльність, що охоплює процес впровадження філософії та інструментарію маркетингу в усіх ланках відтворювальної ланцюга ринкової економіки та дозволяє дати відповіді на питання, що і скільки виробляти, як і де виробляти, щоб товар або послуга задовольняли попит і забезпечували прибуток
- B. Діяльність по встановленню стійких зв'язків з громадськістю, що включає контур зворотного зв'язку, спрямовану на формування позитивної думки стосовно джерелу даного процесу комунікації
- C. Система заходів щодо створення яскравого позитивного образу окремих представників організації, найчастіше її вищих менеджерів. Мета заходів - підтримка доброзичливого інтересу з боку суспільства до його окремим суб'єктам
- D. Управління комунікаціями організації з її цільовою аудиторією, з метою налагодити стійкі зв'язки довіри та взаєморозуміння

2. Цілями паблік рілейшнз є:

- A. Зміцнення позицій підприємства або організації в ринковому середовищі
- B. Підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності організації
- C. Створення і підтримку інвестиційної привабливості організації
- D. Формування економічної безпеки організації

<p>3. Імідж – це:</p> <p>A. Образ, який формує в громадській думці емоційне ставлення до компанії (людини) і впливає на прийняття рішення у момент вибору</p> <p>B. Зовнішній вигляд людини: її статура, одяг, зачіска, аксесуари, жестикуляція</p> <p>C. Імідж, який людина створює у процесі соціальних відносин</p> <p>D. Усі відповіді правильні</p>

Шкала оцінювання

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

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. 256 с.
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. 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. Стабакс. Київ.: «Наш Формат», 2017. 408 с.

Допоміжна література

1. Яненко Я. В. «Макгаффіни» у сучасній рекламі // Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства. Суми : Сумський державний університет, 2023. С. 211-215.
2. Михайлина Д. Г., Паламарюк О.М. Стресогенні аспекти реклами в умовах глобалізації// Науковий вісник Чернівецького університету. Випуск 834. Економіка. 2021. С. 42-48. <http://econom.chnu.edu.ua/journal/index.php/ecovis/article/view/167/125>
3. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: Методичний посібник/ За ред. В. Г. Королька. К., 2003, 216 с.
4. Варцаба Н. В. Застосування західних PR-методів шоу-бізнесу на прикладі етногурту «Дахабраха». Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія : науковий журнал. Київ, 2019. №2. С. 142-148.

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

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

Особливості навчання за денною формою в умовах запровадження воєнного стану

В умовах дії обмежень освітній процес в університеті здійснюється за змішаною формою навчання, а саме:

- дистанційно (за затвердженим розкладом занять) на платформі Zoom проводяться всі лекційні заняття;
- дистанційно (за затвердженим розкладом занять) на платформі Zoom та Google Classroom проводяться практичні (семінарські) контроль самостійної роботи;
- дистанційно на платформі Zoom проводяться консультації,

Складання підсумкового семестрового контролю: в разі запровадження воєнного стану з заборонаю відвідування ЗВО студентам надається можливість скласти екзамен в тестовій формі дистанційно на платформах Zoom та Google Classroom в курсі «Теорія та практика зв'язків з громадськістю».