

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

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-педагогічної роботи  
Антон ПАНТЕЛЕЙМОНОВ

«31»



**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

2021/2022 навчальний рік

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

«29» червня 2021 року, протокол №9

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

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

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

Протокол від «18» травня 2020 року № 6

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 С. АКСЬОНОВ

(прізвище та ініціали)

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

Протокол від «27» серпня 2021 року № 1

Голова науково-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, алгоритму і комунікативної практики паблік рилейшнз.

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 - 4 д.в, 5 з.в

1.4. Загальна кількість годин - 120 д.в., з них аудиторних – 48, 150 з.в, з них ауд. - 16

| 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                                    |                                     |
| 16 год.                                   | 8 год.                              |
| Практичні, семінарські заняття            |                                     |
| 32 год.                                   | 8 год.                              |
| Лабораторні заняття                       |                                     |
| Самостійна робота                         |                                     |
| 72 год.                                   | 134 год.                            |
| у тому числі 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    |
| <b>Розділ 1. Теорія паблік рилейшнз</b>                             |                 |              |    |      |      |       |              |              |    |      |      |       |
| Тема 1.1: Світові стандарти сучасної PR-діяльності. Огляд тенденцій | 11              | 1            | 4  |      |      | 6     | 11           | 1            |    |      |      | 10    |
| Тема 1.2: Міжнародні паблік рилейшнз                                | 9               | 1            | 2  |      |      | 6     | 11           |              | 1  |      |      | 10    |
| Тема 1.3: Теоретичні засади паблік рилейшнз                         | 10              | 2            | 2  |      |      | 6     | 12           | 1            | 1  |      |      | 10    |
| Тема 1.4: Корпоративна культура і PR                                | 9               | 1            | 2  |      |      | 6     | 11           | 1            |    |      |      | 10    |
| Тема 1.5: Загальні засади управління PR- процесом                   | 9               | 1            | 2  |      |      | 6     | 12           | 1            | 1  |      |      | 10    |
| Тема 1.6: Довіра - основа ефективних комунікацій в PR               | 12              | 2            | 4  |      |      | 6     | 11           |              | 1  |      |      | 10    |
| Разом за розділом 1                                                 | 60              | 8            | 16 |      |      | 36    | 68           | 4            | 4  |      |      | 60    |
| <b>Розділ 2. Практика паблік рилейшнз</b>                           |                 |              |    |      |      |       |              |              |    |      |      |       |
| Тема 2.1: Розробка комунікаційної стратегії                         | 12              | 2            | 4  |      |      | 6     | 17           | 1            | 1  |      |      | 15    |

|                                                    |     |    |    |  |  |    |     |   |   |  |  |     |
|----------------------------------------------------|-----|----|----|--|--|----|-----|---|---|--|--|-----|
| Тема 2.2: Реалізація комунікаційних кампаній       | 11  | 1  | 4  |  |  | 6  | 12  | 1 | 1 |  |  | 10  |
| Тема 2.3: Комунікації в Інтернет-середовищі        | 9   | 1  | 2  |  |  | 6  | 16  |   | 1 |  |  | 15  |
| Тема 2.4: Підготовка керівників до комунікації     | 9   | 1  | 2  |  |  | 6  | 13  |   | 1 |  |  | 12  |
| Тема 2.5: Технології формування позитивного іміджу | 9   | 1  | 2  |  |  | 6  | 11  | 1 |   |  |  | 10  |
| Тема 2.6: PR у конфліктних і кризових ситуаціях    | 10  | 2  | 2  |  |  | 6  | 13  | 1 |   |  |  | 12  |
| Разом за розділом 2                                | 60  | 8  | 16 |  |  | 36 | 82  | 4 | 4 |  |  | 74  |
| <b>Усього годин</b>                                | 120 | 16 | 32 |  |  | 72 | 150 | 8 | 8 |  |  | 134 |

#### 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 релейшнз                                | 2               |
| Тема 1.3: Теоретичні засади публік релейшнз                         | 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:<br>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.<br>2. Почепцов Г.Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття.- Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2017.- 260 с. | 24                  |

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |    |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2 | За розділом 2 прочитати посібники:<br>1. Коник Дмитро. Стратегічні комунікації. Посібник для державних службовців.-Київ, 2016 (@Міжнародний банк реконструкції та розвитку/Світовий банк);<br>2. Слободянюк Э.П. Клад копирайтера/ Элина Слободянюк.- Харьков:Фолио,2017.-220 с.:<br>Якокка Лі. Автобіографія/ Лі Якокка, Вільям Новак; пер. з англ. Г Литвиненко.- Х.: Вид-во «Ранок»: «Фабула», 2019.-384 с.;<br>Шульц Говард, Гордон Джон.-Київ.: «Наш Формат», 2017.- 408 с. | 24 |
| 3 | Прочитати художні твори :<br>1. Гілберт Кийт Честертон «Біла ворона»<br>2. Бернард Шульц «Помилка Одинокого бізону»<br>3. Фенимор Купер «Піонери», «Прерия».<br>4. Редьярд Кіплінг «Кім»<br>5. Марк Твен «Як мене обирали в губернатори»<br>6. Еміль Золя «Дамське щастя»<br>7. Синклер Льюїс «У нас це не можливо»<br>8. Джорж Оруелл «1984»<br>9. Р. П. Уоррен «Вся королевська рать»                                                                                          | 24 |
|   | Разом                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 72 |

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

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



|                                                          |                              |                                                                         |                                               |                                           |                                   |
|----------------------------------------------------------|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------------|
|                                                          |                              | з темою                                                                 |                                               |                                           |                                   |
| Тема 1.4:<br>Корпоративна культура і PR                  | Інформаційна лекція, семінар | Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою | Презентація відеоконференція                  | Робота з літературою<br>Робота з кейсами; | Обговорення навчального матеріалу |
| Тема 1.5:<br>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<br>Робота з кейсами; | Обговорення навчального матеріалу |
| Тема 1.6:<br>Довіра - основа ефективних комунікацій в PR | Інформаційна лекція, семінар | Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою | Презентація Відеоконференція, робота в групах | Робота з літературою<br>Робота з кейсами; | Обговорення навчального матеріалу |
| <b>Розділ 2. Практика паблік рилейшнз</b>                |                              |                                                                         |                                               |                                           |                                   |
| Тема 2.1:<br>Розробка комунікаційної стратегії           | Інформаційна лекція, семінар | Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою | Презентація відеоконференція                  | Робота з літературою<br>Робота з кейсами; | Обговорення навчального матеріалу |
| <i>Тема 2.2:<br/>Реалізація комунікаційних кампаній</i>  | Інформаційна лекція, семінар | Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою | Презентація відеоконференція                  | Робота з літературою<br>Робота з кейсами; | Обговорення навчального матеріалу |
| Тема 2.3:<br>Комунікації в Інтернет-середовищі           | Інформаційна лекція, семінар | Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою | Презентація відеоконференція                  | Робота з літературою<br>Робота з кейсами; | Обговорення навчального матеріалу |
| Тема 2.4:                                                | Інформаційна лекція,         | Ознайомлення або                                                        | Презентація відеоконференція                  | Робота з літературою                      | Обговорення навчального           |

|                                                    |                                       |                                                                          |                              |                                           |                                   |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------------|
| Підготовка керівників до комунікації               | семінар                               | повторення термінології , необхідної для роботи з темою                  | я                            | Робота з кейсами;                         | матеріалу                         |
| Тема 2.5: Технології формування позитивного іміджу | Інформаційна лекція, семінар          | Ознайомлення або повторення термінології , необхідної для роботи з темою | Презентація відеоконференції | Робота з літературою<br>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 відеоконференції | Робота з літературою<br>Робота з кейсами; | Обговорення навчального матеріалу |

## 6. Індивідуальні завдання

### Курсова робота

### 7. Методи навчання

- **лекції** – розкриваються принципові та найбільш важливі аспекти визначених тем дисципліни із застосуванням мультимедійних засобів навчання. Застосовуються метод активізації навчально-пізнавальної діяльності студента з дисципліни.
- **семінари** з елементами дискусії, практичних вправ, що сприяють отриманню практичних навичок та розвитку творчого мислення.
- **самостійна робота** – поглиблене самостійне здобування знань, вивчення додаткової літератури.

### 8. Методи контролю

Контрольна робота, семінарські заняття, екзамен

### Приклади тем для написання курсових робіт

1. Світові стандарти сучасної PR-діяльності
2. Анатомія іміджу
3. Репутаційний менеджмент
4. Міжнародні паблік рилейшнз
5. Теоретичні засади паблік рилейшнз
6. Підрозділи зі зв'язків з громадськістю у функціональній структурі організації
7. Корпоративна культура організації: шляхи і методи формування
8. Технології формування корпоративного іміджу.
9. Підготовка PR-програми: цілі, адресати, комунікативне забезпечення
10. Аудіовізуальні засоби в організації зв'язків з громадськістю

11. Довіра - основа ефективних комунікацій в PR
12. Кризові паблік рілейшнз
13. Корпоративні засоби комунікації
14. Діяльність органів прес-служби в органах державної влади
15. Прес-секретар: професійні функції та характеристики професії
16. Корпоративні відносини в структурі «паблік рілейшинз»
17. Інтернет-комунікації як інструмент PR
18. Спеціальні події як інструмент PR
19. Публічні виступи як інструмент PR
20. Корпоративні видання як засіб комунікації
21. Райтинг у професійній діяльності PR-фахівця
22. Маркетингові дослідження як основний етап PR-діяльності
23. Стратегічне планування в PR -діяльності
24. PR у соціальній сфері
25. Зв'язки з громадськістю у сфері освіти
26. Соціальна PR -кампанія: планування та проведення
27. Засоби і методи поширення інформації в практиці PR
28. Соціальні мережі та їх роль у зв'язках з громадськістю
29. Особливості PR у комерційній сфері
30. Історичні витоки PR
31. Планування і проведення PR-заходу

### Питання до контрольної роботи

#### Варіант 1.

1. Розкрийте особливості “ситуаційної теорії” та наведіть приклади її використання у PR практиці.
2. Чому паблік рідейшнз 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-трьма 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 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, що відповідає цілям PR-проекту.

### Теми для PR проекту:

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          |
| <b>ВСЬОГО</b>                                                                         | <b>14 балів</b> |

### 8.1 Схеми нарахування балів д/в

| Поточний контроль та самостійна робота |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |        | Контрольн<br>а робота<br>передбаче<br>на<br>навчальни<br>м планом | Разом | екзамене | 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  |

### Схеми нарахування балів з/в

| Поточний контроль та самостійна робота |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     | Контрольн<br>а робота<br>передбаче<br>на<br>навчальни<br>м планом | Разом | екзамене | 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. Аги У., Камерон Г., Олт Ф., Уилкокс Д. Самое главное в PR/ пер. С англ.- СПб.: Питер, 2004.- 560с.
2. Катлип, Скотт, М., Сентер, Аллен, Х., Брум, Глен, М.Паблик рилейшнз. Теория и практика.- М.: Издательский дом "Вильямс", 2000.-624 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-е вид. Доп. і перероблене -К.: Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2009.- 831 с.
4. Кривоносов А.Д. PR – текст в системе публичных коммуникаций.- 2-е изд., доп.- СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2002.- 288 с.
5. Огилви Девид. О рекламе.-М.: Издательство Манн, Иванов и Фабер, 2012.-240 с
6. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття.- Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2017.- 260 с.
7. Сайтел Фрейзер П. Современные паблик рилешнз. М.: Консалтинговая группа "Имидж-Контакт": ИНФА – М, 2002.-592 с.
8. Слободянюк Э.П. Клад копирайтера/ Элина Слободянюк.- Харьков: Фолио,2017.-220 с.
9. Шульц Говард, Гордон Джон.-Київ.: «Наш Формат», 2017.- 408 с.
10. Якокка Лі. Автобіографія/ Лі Якокка, Вільям Новак; пер. з англ. Г Литвиненко.- Х.: Вид-во «Ранок»: «Фабула», 2019.-384 с.
11. Naomi Stanford. Organization Culture. Getting it right.- The Economist in Association with Profile Books LTD., 2010.- 273 p.

#### Допоміжна література

1. Антикризисный PR и консалтинг/ А. С. Ольшевский. — СПб.: Питер, 2003. — 432
2. 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](http://www.niisp.gov.ua/vydanna/panorama/2001_3-4/inform_vidnosyny.pdf)
3. Бодуан Жан-Пьер. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство: Пер. с фр. – М.: Консалтинговая группа "ИМИДЖ- Контакт": ИНФРА, 2001. – 233 с.
4. Бориснев С.В. Социология коммуникации: Учебное пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 270 с.
5. Буари Филипп А. Паблик рилейшнз, или Стратегия доверия: Пер. с фр. – М.: Консалтинговая Группа "ИМИДЖ-Контакт": ИНФРА, 2001. – 178с.
6. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и publik relations. ПРОГРАММЫ-КОНСУЛЬТАНТЫ: 400 примеров, 200 учебных задач, 20 Практических приложений, СПб., консалтинговая фирма "ТРИЗ-ШАНС", "Изд. дом "Бизнес-Пресса", 2002.– 380 с.
7. Грин Э. Креативность в паблик рилейшнз. 2-е издание.- СПб.: Издательский Дом "Нева", 2004. — 256 с.
8. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учебное пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 416 с.
9. Доти Дороти И. Паблисити и паблик рилейшнз /Перевод с англ. Издание 2-е, стереотипное – М.: Информационно-издательский дом "Филинь", 1998. – 288 с.
10. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс. — СПб.: Питер, 2005. — 240 с.
11. Землянова Л. М. Современная американская коммуникавистика. Теоретические концепции, проблемы, прогнозы. – М.: Изд-во МГУ, 1995. –271 с.

12. Иванченко Г. В. Реальность паблик рилейшнз. – М.: Смысл, 1999. – 153 с.
13. Игнатъев Д., Бекетов А., Сарокваша Ф. Настольная энциклопедия Public Relations. — М.: Альпина Паблишер, 2002. — 229 с.
14. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, – 2000. – 528 с.
15. Лебедева Т. Искусство обольщения. Паблик рилейшнз по-французски. – М., 1996. – 136 с.
16. Лебедева Т. Паблик рилейшнз: системные модели, технологии.-М.: МГУ- L’Harmattan, 2007.- 224 с.
17. Лебон Густав. Психология народов и масс. – СПб.: Манет, 1986. – 316с.
18. Мехлер Г. Власть и магия PR. — СПб.: Питер, 2004. — 173 с.
19. Моисеев В. А. Паблик рилейшнз. Теория и практика. – К.:ВИРА-Р, 1999. – 376 с.
20. Музыкант В. Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике. — М.: Армада-пресс, 2002.— 688 с.
21. Невзлин Л. Б. Паблик рилейшнз. Кому это нужно? – М.: Экономика, 1993. – 222 с.
22. Оливер С. Стратегия в Паблик рилейшнз. — СПб.: Издательский дом «Нева», 1993. —160 с.
23. Ольшанский Д. В. Психология масс. — СПб.:Питер, 2002.— 368 с.
24. Паблик рилейшнз. Связи с общественностью в сфере бизнеса.- М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 1999. — 352 с.
25. Паблисити: жми сюда/ Э.Гартон. — СПб.: Питер, 2003. — 267 с.
26. Пашенцев Е. Н. Паблик рилейшнз от бизнеса до политики. —2-е изд. – М.: Финпресс, 2000. – 240 с.
27. Политический PR / Д. Ольшанский. — СПб.: Питер, 2003. — 544 с.
28. Полтораки В. А. Социология общественного мнения: Учебное пособие. — Киев – Днепропетровск: Центр «Социополис» - Издательство «Арт-Пресс», 2000. — 264 с.
29. PR: международная практика. – М.: Издательский дом “Довгань”, 1997. – 180 с.
30. Почепцов Г. Г. Информационные войны. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. – 576 с.
31. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: Навчальний посібник. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2000. – 506 с.
32. Роджер Хейвуд. Все о Public Relations / Пер. с англ. – М.: Лаборатория базовых знаний, БИНОМ, 1999. – 256 с.
33. Самые успешные PR-кампании в мировой практике. — М.: Консалтинговая группа “Имидж-Контакт”: ИНФРА – М., 2002. – VIII, 310 с.
34. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. д-ра филос. наук, проф. В. С. Комаровского. – М.: Издательство РАГС, 2001. – 520 с.
35. Ситников А. П., Гундарин М. В. Победа без победителей: Очерки теории прагматических коммуникаций. – М.: Консалтинговая группа “Имидж-Контакт”, 2003. — 256 с.
36. Сопер Поль. Основы искусства речи. Книга о науке убеждать. – Ростов/ н/ Д.: Феникс, 1995. – 448 с.
37. Сэм Блэк. Введение в паблик рилейшнз. – Ростов н/Д: Феникс, 1998. – 320 с.
38. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: Методичний посібник/ За ред. В. Г. Королька. — К., 2003 — 216 с.
39. Ушакова Т. Н., Латынов В. В. и др. Ведение политических дискуссий. Психологический анализ конфликтных выступлений. – М.: Academia, 1995. – 156 с.
40. Федотова Л. Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение. — СПб.: Питер, 2003. — 352 с.
41. Филлипс Д. PR в Интернете / Дэвид Филипс. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. — 320 с.

42. Харрисон Ш. Связи с общественностью. Вводный курс. — СПб.: Издательский дом «Нева»; М.: ОЛМА-ПРЕСС ИНВЕСТ, 2003. — 368 с.
43. Хейг М. Электронный Public Relations. — М.: ФАИР-ПРЕСС. 2002. — 192 с.
44. Шишкина М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. — СПб.: Изд-ва «Паллада – медиа» и СЗРЦ «РУСИЧ» – 2002 – 444 с.
45. Шо Роберт Б. Ключи к доверию организации: Результативность, порядочность, проявление заботы. – М.: Дело, 2000. – 272 с.

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

<https://mmr.ua>

[www.pr-dialog.com](http://www.pr-dialog.com)

[www.prsa.org](http://www.prsa.org)

[www.prweek.com](http://www.prweek.com)

#### **Художня література**

1. Бегбеде Ф. 1, 499. Роман. —Х.: Фоліо, 2004. — 255 с.
2. Виллард Майкл. Пиарщик. — Москва, Киев: Vidalia House, «Саммит-Книга», 2004. — 456 с.
3. Пелевин В. Generation “П”. — Москва: Вагриус, 2003.- — 366 с.
4. Уоллес И. Слово. – Х.: Фолио, 2001. – 704 с.
5. Уоллер Л. Банкир. – М., 1969. – 672 с.
6. Розповіді Марка Твена
7. Гілберт Кийт Честертон «Біла ворона»
8. Бернард Шульц «Помилка Одинокого бізону»
9. Фенимор Купер «Піонери», «Прерия».
10. Редьярд Кіплінг «Кім»
11. Марк Твен «Як мене обирали в губернатори»
12. Ричард Олдингтон «Смерть героя».
13. Еміль Золя «Дамське щастя»
14. Синклер Льюїс «У нас це не можливо»
15. Джорж Оруелл «1984»
16. Р. П. Уоррен «Вся королівська рать»
17. Брати Стругацькі «Хижі речі століття»