



Силабус курсу ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Галузь знань: **06 «Журналістика»**
Спеціальність: **061 «Журналістика»**
Ступінь вищої освіти: **перший (бакалаврський)**
Освітньо-професійна програма: **«Правова журналістика»**

Рік навчання: **3**
семестр: **6**

Кількість кредитів: **5**
мова викладання: **українська**

КЕРІВНИК КУРСУ

ППП: к. н. із соц. ком, викл. *Комінярська Людмила Анатоліївна*

Контактна інформація: lputkalec@ukr.net

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Курс «Зв'язки з громадськістю» призначений для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів за галуззю знань 06 «Журналістика».

«Зв'язки з громадськістю» – творча навчальна дисципліна, яка передбачає поглиблене вивчення специфіки роботи у різних видах комунікацій. Метою дисципліни є формування комплексного уявлення про сутність публік рілейшнз (PR), про роль і вплив PR на соціальні, політичні процеси в державі; сприяти оволодінню студентами психологічними, етичними, комунікаційними методами створення іміджу. Вивчення дисципліни «Зв'язки з громадськістю» допоможе студентам сформувати цілісну систему компетентностей щодо формування основних напрямків PR-діяльності (формування іміджу, організація спеціальних подій, лобіювання, управління у кризових умовах, відносини зі ЗМІ).

СТРУКТУРА КУРСУ

Години (лек. / практ.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2 / 2	1. Сутність, зміст та принципи PR. Функції, категорії PR	Знати знати сутність феномену публік рілейшнз (PR), розуміти місце і роль, функції PR в соціальному житті суспільства.	поточне опитув.
4 / 4	2. Історія розвитку публік рілейшнз (PR)	Знати історію розвитку публік рілейшнз (PR) в Україні та світі.	поточне опитув.
2 / 2	3. Роль зв'язків з громадськістю в сучасному світі	Вміти використовувати методики системного та аналітичного мислення, комунікативних якостей; а також вміти використовувати методи впливу на громадськість: вербальні та невербальні засоби комунікації; оволодіють здібностями приймати рішення і вміння вести цивілізовану дискусію.	поточне опитув.

4 / 4	4. Виникнення і розвиток PR як сфери професійної діяльності	Знати умови виникнення і розвиток PR як сфери професійної діяльності. Розуміти соціально-економічні умови функціонування паблік рілейшнз.	поточне опитув.
2 / 2	5. Організаційно-психологічні передумови ефективності PR	Знати методи здійснення досліджень та збирання інформації службами зв'язків з громадськістю; методика та практику роботи з основними групами громадськості з використанням різних інструментів комунікації.	поточне опитув.
4 / 4	6. PR у формуванні іміджу фірми (організації), керівника. Імідж – ключ до успіху	Знати особливості формування іміджу як складової паблік рілейшнз; методи створення іміджу; об'єкти створення іміджу; функції іміджу. Розуміти особливості розбудови та реалізації іміджу.	поточне опитув.
4 / 4	7. Використання PR у лобістських цілях	Знати міжнародний досвід лобістської діяльності та PR; проблеми інституціоналізації лобістської практики в Україні; сутність та правові основи лобювання.	поточне опитув.
2 / 2	8. PR-діяльність в Україні	Аналізувати розвиток PR в Україні; внутрішні та зовнішні умови звернення до паблік рілейшнз як до професійної діяльності в Україні.	поточне опитув.
2 / 2	9. Засоби реалізації в паблік рілейшнз (PR)	Розуміти рекламу як засіб PR; засоби управління і маніпулювання; знати особливості паблісіті, пропаганди, прес-посередництва, громадської діяльності, маркетингу, мерчандайзингу як засобів реалізації паблік рілейшнз.	поточне опитув.
4 / 4	10. Кризові зв'язки з громадськістю: правила, механізми, особливості співпраці зі ЗМІ	Знати типологію криз; управління організації з метою запобігання кризовим ситуаціям; принципи функціонування організації у кризовій ситуації; маніпулювання громадською думкою з використанням ЗМІ.	поточне опитув.
4 / 4	11. Промови, їх написання та виголошення	Знати основні типи промов; композицію та стилістику промови; промови в парламенті, на мітингу тощо. публічні виступи як засіб комунікації.	поточне опитув.
2 / 2	12. Особливості роботи спічрайтерів у структурі відділу зв'язків з громадськістю	Аналізувати вплив на громадськість як важливий напрямок діяльності паблік рілейшнз. Знати роботу спічрайтерів та її особливості.	поточне опитув.
2 / 2	13. Методи впливу на громадськість: вербальні та невербальні комунікації. Контент-аналіз	Розуміти поняття вербальних комунікацій, їх основні характеристики та типологію; проблеми використання гумору; виділення головної ідеї та її аргументація.	поточне опитув.
4 / 4	14. PR-кампанія. Аналіз успішних PR-кампаній	Знати типи PR-кампаній: повідомлення громадськості, підвищення громадської інформованості, громадського навчання, посилення позиції і поведінки, зміна думки, зміна поведінки. Розуміти планування кампанії, установлення цілей, графіків бюджетів, розробка стратегії, планування непередбачуваних ситуацій, розробка внутрішньої стратегії.	поточне опитув.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Лі Річ. Міфи про PR / пер. з англ. І. Семенюк. – Харків : Вид-во «Ранок»: Фабула, 2020. – 272 с.
2. Романенко Є. О. Система маркетингових комунікацій в механізмах державного управління / Є. О. Романенко, І. В. Чаплай // Актуальні проблеми економіки. – 2018. – № 4. – С. 69-78. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2016_4_12_27.
3. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : навч. посібник. - К. : Центр учбової літератури, 2019. - 202 с. URL <https://textbook.com.ua/marketing/1473450986>
4. Посібник з комунікації. Комунікаційні рішення для проектів Європейського Союзу в Україні. - Представництво Європейського Союзу в Україні. URL <http://comdep.enefcities.org.ua/upload/files/Communications%20ToolKit%20for%20projects%202013.UA.PDF>
5. Ідріс М. Брендинг за 60 хвилин / пер. з англ. О.Чупа. – Харків: Вид-во «Ранок», 2019. – 256 с.
6. Льяхов М., Саричева Л. Пиши, скорочуй. Як створити дієвий текст. – Київ: Форс Україна, 2019. – 440с.
7. Шаповалова А. М. PR та інформаційне суспільство як запорука інтеграційних і глобалізаційних процесів / А. М. Шаповалова // Інформаційні технології управління екологічною безпекою, природокористуванням, заходами в надзвичайних ситуаціях : Колективна монографія за матеріалами XVII Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 25-26 вересня 2018 р.) / Заг. ред. С. О. Довгого. – К. : ТОВ «Видавництво «Юстон», 2018. – С. 195-197.
8. Шаповалова А.М. GR, PR та лобізм – нові виклики демократичних інституцій в Україні / А.М. Шаповалова // Modern educational space: the transformation of national models in terms of integration : Conference Proceedings, October 26, 2018 / Leipzig: BaltijaPublishing. – P. 112-114. (Лейпциг, Германия).
9. Шаповалова А. М. PR та публічне управління в контексті громадянського суспільства / А. М. Шаповалова // II International Conference «Innovative Technologies in Science and Education. European Experience». November 12-15, 2018. Helsinki, Finland. P. 202-205. / II Міжнародна конференція «Інноваційні технології в науці та освіті. Європейський досвід»: Матеріали. – Дніпро-Гельсінки, 2018. – 484 с.
10. Шаповалова А. М. PR (паблік рілейшнз) та діяльність громадських, дитячих та молодіжних організацій в Україні /А. М. Шаповалова // Проблеми модернізації України: [зб. наук. пр.] / МАУП. – К. : ДП «Видавничий дім «Персонал», 2018. – С. 365-367.
11. Як писати просто / Юлія Колесник. Онлайн-курс. URL <https://euprostitir.org.ua/courses/141047>
12. Complete Ukrainian. John Murray Publisher, 2018. 320 p. (Teach Yourself).
13. Nedashkivska Alla. Ukrainian for Professional communication: a web based textbook for developing business and professional communication skills in Ukrainian. URL: <https://businessukrainian.com/>.

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів і перескладання. Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності. Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету.

ОЦІНЮВАННЯ

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Заліковий модуль 4	Разом
20 %	20 %	20 %	40%	100 %
1. Усне опитування під час занять. (6 тем по 5 балів = 30 балів) 2. Письмова робота = 70 балів.	1. Усне опитування під час занять (9 тем по 4 бали = 36 балів). 2. Письмова робота = 64 бали.	1. Написання та захист КПІЗ = 80 балів. 2. Виконання завдань під час тренінгу = 20 балів.	1. Тестові завдання (5 тестів по 6 балів за тест) – макс. 30 балів 2. Теоретичні питання (2 питання) – по 35 балів, макс. 70 балів.	

Шкала оцінювання

<i>За шкалою ЗУНУ</i>	<i>За національною шкалою</i>	<i>За шкалою ECTS</i>
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75–84		C (добре)
65–74	задовільно	D (задовільно)
60–64		E (достатньо)
35–59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1–34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)