

## Силабус курсу СУЧАСНІ PR-ТЕХНОЛОГІЇ

**Ступінь вищої освіти – бакалавр**

**Галузь знань: 03 Гуманітарні науки**

**Спеціальність: 033 Філософія**

**Освітньо-професійна програма "Аналітика суспільних процесів"**

**Компонент освітньої програми: вибірковий**

**Рік навчання: III, Семестр: V**

**Кількість кредитів: 4**

**Мова викладання: українська**

**Форма підсумкового контролю: залік**

### Керівник курсу

К.і.н., доц. Древніцький Юрій Романович

---

[DrevnY@tnpu.edu.ua](mailto:DrevnY@tnpu.edu.ua), +380673509335

### Опис дисципліни

В умовах суспільно-політичних трансформацій, утвердження реального політичного плюралізму і становлення інститутів громадянського суспільства особливої ваги набувають технології узгодження інтересів і гармонізації стосунків суб'єктів політики, влади з різними групами громадськості. Традиційними та ефективними інструментами соціальних та політичних технологій є public relation (PR) – наука і мистецтво налагодження контактів та підтримки взаємовигідних стосунків з громадськістю. Технології public relation використовуються в усіх сферах життя суспільства, вони стали невід'ємним атрибутом сучасних політичних процесів та виборчих кампаній, а етичні та інституційні аспекти PR-діяльності є предметом постійних дискусій в українському суспільстві та ЗМІ. Тому вивчення теорії public relation та оволодіння практичними навичками застосування принципів та засобів PR є важливим елементом підготовки студентів.

*Мета дисципліни* – сформувати у студентів систему знань з теорії та практики public relation, навчити основним принципам та засобам здійснення зв'язків з громадськістю, виробити навички самостійного планування PR-кампаній.

### Структура курсу

Години (л./с.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2 / 2	1. Предмет, об'єкт і основні категорії PR як науки та управлінської діяльності	Знати основну термінологію, розуміти базові концепції паблік рілейшн, мати уявлення про їх структуру та функції.	Питання
2 / 2	2. Загальна характеристика системи зв'язків з громадськістю	Вміти аналізувати головні проблеми, сучасні тенденції PR діяльності, виявляти специфіку PR в органах публічного управління, їх функції та коло повноважень.	Питання
2 / 4	3. Система масових комунікацій у суспільстві. Стратегічні комунікації	Вміти застосовувати основні методи роботи із засобами масової комунікації та інформації й використовувати потенціал PR в інформаційно-комунікаційній діяльності органів публічного управління.	Питання
2 / 4	4. Планування, організація та здійснення зв'язків з громадськістю	Володіти основними технологіями та прийомами PR, вміти визначити основну сюжетну лінію в PR-комунікації.	Практична робота
2 / 4	5. Механізм взаємодії із засобами масової інформації	Знати правила роботи із вітчизняними та міжнародними засобами масової інформації, вміти ініціювати, організовувати та готувати публікації (інтерв'ю, статті, огляди) для традиційних та електронних засобів масової інформації.	Питання
2 / -	6. Зв'язки з громадськістю в промисловості та комерційній діяльності	Уміти вивчати та аналізувати PR-інформацію конкурентів, визначати пріоритетні групи громадськості суб'єктів економічної діяльності, формувати PR-цілі і завдання роботи із ними, визначати PR-інструменти роботи із цільовими аудиторіями.	Питання
2 / 2	7. Зв'язки з громадськістю у фінансовій сфері	Вміти збирати, аналізувати й передавати необхідну інформацію цільовій аудиторії, наприклад, впливати на неї в інтересах того чи іншого суб'єкта фінансової діяльності та його аудиторії (інвесторів, клієнтів, партнерів)	Питання
2 / 2	8. Корпоративний імідж та його використання у зв'язках з громадськістю	Знати підходи до визначення реального та бажаного іміджу організації або особистості, професійного підходу до технології	Питання

		іміджблдингу.	
2 / 2	9. Зв'язки з громадськістю і відносини з державою	Застосовувати технології формування сприятливого іміджу органів державної влади, їх керівників тощо. Уміти застосувати аналітичні технології у державно-управлінській діяльності задля уникнення небажаних соціально-політичних наслідків.	Питання
2 / 2	10. Міжнародні зв'язки з громадськістю	Володіти інформацією про сутність, суб'єкти та об'єкти міжнародних зв'язків з громадськістю, вміти аналізувати імідж країни та його роль у міжнародних зв'язках з громадськістю	Питання
2 / 2	11. Формування інформаційного простору й утвердження нових інформаційних технологій	Вміти застосовувати одержану теоретичну інформацію для практики організації спеціальних подій з метою формування двостороннього зв'язку органів публічного управління з громадськістю та з'ясувати можливості PR у підвищенні відкритості органів публічної сфери та наближенні її до інтересів громадян.	Питання

### Література

1. Вежель Л.М. Основи зв'язків з громадськістю: навчальний посібник. К., ВПЦ "Київський університет", 2011. 123 с.
2. Гапоненко В. А., Рихлік В. А. Зв'язки з громадськістю: навч. посібник. К., КНЕУ, 2015. 238 с.
3. Зленко А. М. Сучасні PR-технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Бориспіль, Ризографіка, 2018. 260 с.
4. Курбан О. В. Діагностика та моделювання PR процесів: монографія. К., Українська конфедерація журналістів, 2012. 159 с.
5. Королько В. Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підручник. – К., Києво-Могилянська академія, 2009. 831 с.
6. Телешун С. О., Кальниш Ю. Г., Рейтерович І. В., Титаренко О. Р. Політична аналітика в державному управлінні : навч. посіб. К., НАДУ, 2012. 228 с.
7. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз. Навч. посібник. К., Т-во «Знання», КОО, 2000. 506 с.
8. Почепцов Г.Г. Теорія комунікацій. К., Київський університет., 1999. 238 с.
9. Почепцов Г.Г., Чукут С.А. Інформаційна політика. Навч.посібник. К., УАДУ, 2002. 96 с.
10. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю: Навчальний посібник. К., НМЦВО, 2001. 365 с.
11. Холод О. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. К., Київський міжнародний університет; Українська асоціація психолінгвістів, 2010. 304 с.
12. Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика. Підручник. К., Бізнесполіграф, 2011. 464 с.

### Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 % від оцінки).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (підтверджених документально) дозволяється перескладання пропущених тем курсу.

### Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Опитування під час занять – усно	80
ІНДЗ – індивідуальна письмова робота	20

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом