

Силабус курсу

Основи PR



Ступінь вищої освіти – магістр
Освітньо-професійна програма
«Соціальна педагогіка»

Дні занять: згідно розкладу
Консультації: четвер 14.00, ауд. 228

Рік навчання: II, Семестр: 3
Кількість кредитів: 4
Мова викладання: українська

Викладач курсу:	Д-р пед. наук, професор кафедри соціальної роботи, спеціальної освіти і менеджменту соціокультурної діяльності Сорока Ольга Вікторівна
Контактні телефони викладача:	067-3542805
E-mail викладача:	Sorokaolga175@gmail.com
Формат дисципліни	Вибіркова
Обсяг дисципліни:	Кредити ЄКТС – 4 (120 год.)

Опис дисципліни

Дисципліна «Основи PR» спрямована на оволодіння необхідними знаннями та навичками для виконання функцій прес-секретаря, менеджера комунікаційної структури, експерта, консультанта, референта в державних і громадських установах та організаціях соціокультурної сфери, комерційних структурах з питань масової інформації та ділової комунікації, суспільних зв'язків, гуманітарних технологій.

Структура курсу

Години (лекц./ сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2/2	Місце PR в системі маркетингу	Розкрити сутність «маркетингу». визначити ключові поняття системи маркетингу (твар, послуга, ідея, ринок, відносини учасників ринку, характеристики товарів /	Усна відповідь, есе, термінологічний диктант

		<p>послуг, обмін і операції). Охарактеризувати концепції маркетингу. проаналізувати маркетинг як спосіб мислення, спосіб дій, науку. Описати елементи маркетинг-міксу.</p>	
2/2	<p>Сутність, зміст і специфіка PR як наукової і навчальної дисципліни</p>	<p>Розкрити зміст поняття PR. Охарактеризувати PR як мистецтво, сферу діяльності, функцію управління комунікаціями, стратегію управління комунікативним простором, систему. Визначити мету, завдання, об'єкт, предмет PR. Описати функції, принципи та умови ефективності PR. Розкрити особливості діяльності PR-фахівців</p>	<p>Усна відповідь, термінологічний диктант, інформаційні повідомлення</p>
2/2	<p>Організація процесу PR</p>	<p>Проаналізувати історію виникнення PR як комунікативної технології. Охарактеризувати історичні моделі послідовного розвитку PR. Охарактеризувати стан PR в Україні. Проаналізувати спільні і відмінні ознаки PR та журналістики, реклами, інформаційно-комунікаційних технологій. Описати прес-посередництво, просування (промоушн), громадські справи, публіситі, рекламу</p>	<p>Усна відповідь, термінологічний диктант</p>
4/2	<p>Основні етапи діяльності PR</p>	<p>Обґрунтувати необхідність визначення проблеми. Описати кабінетні, вузькоцільові, безперервні дослідження. Охарактеризувати вибірку опитуваних. Проаналізувати дані та представити отримані результати. Розкрити особливості планування PR-програми. Охарактеризувати місію і стратегію PR</p>	<p>Усна відповідь, термінологічний диктант, інформаційні повідомлення</p>

2/2	Громадськість і суспільна думка у сфері паблік рілейшнз	Розкрити сутність поняття «громадськість». Охарактеризувати типологію груп громадськості за ціннісними орієнтаціями та стилем життя. Розкрити особливості суспільної думки, її ознаки. Описати особливості дослідження громадської думки	Усна відповідь, термінологічний диктант
2/2	Комунікація і її вплив на громадськість	Розкрити змістове наповнення публічного виступу, його цілі. Представити складання конспекту промови. Визначити правила складання текстових матеріалів. Охарактеризувати засоби масової комунікації і їх види. Розкрити принципи роботи зі ЗМІ, з пресою. Охарактеризувати прес-конференції, прес-тур	Усна відповідь, термінологічний диктант, інформаційні повідомлення
2/ 2	Створення іміджу	Визначити природу, властивості, ознаки, види іміджу. Охарактеризувати репутацію, соціальний стереотип. Визначити, як внутрішня громадськість впливає на імідж організації соціокультурної сфери. Описати сутність, вимоги до PR-реклами іміджу	Усна відповідь, термінологічний диктант, інформаційні повідомлення
2/	Організація спеціальних подій	Розкрити сутність і різновиди спеціальних подій (церемонії відкриття, прийоми, презентації, конференції, дні відкритих дверей, круглі столи, виставки)	Усна відповідь, термінологічний диктант, інформаційні повідомлення
2/ 2	Чорний PR	Розкрити особливості маніпулювання виборцями. Проаналізувати види маніпуляцій в «чорному піарі». Описати «чорні» політтехнології. Визначити	Усна відповідь, термінологічний диктант, інформаційні повідомлення

		стратегії передвиборчої Описати дискредитації суперників	ведення кампанії. прийоми	
--	--	---	---------------------------------	--

Формування програмних компетентностей

Індекс у матриці ОП	Програмні компетентності
ЗК 1	Здатність до абстрактного мислення, аналізу і синтезу; уміння спілкуватися усно та в письмовій формі державною мовою; володіти базовими навичками комунікації іноземною мовою; здійснювати ділову комунікацію з метою отримання інформації, необхідної для вирішення завдань діяльності.
ЗК 2	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел; вдосконалювати наявні професійні уміння та навички відповідно до вимог професійного середовища та розвивати нові професійно-значущі якості; адекватно оцінювати позитивні зміни у професійній діяльності та оволодіння новими знаннями та методами професійної діяльності на основі використання сучасних інформаційних технологій.
ЗК 3	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; застосовувати знання та розуміння основних концепцій, теорій та фактів для прогнозування стратегії професійної діяльності, дотримання етичних стандартів у соціально-педагогічній діяльності; визначати шляхи вирішення моральних проблем та приймати адекватне професійне рішення в етичних питаннях; постійно працювати над власними цінностями, поглядами.
ЗК 7	Здатність чітко ставити завдання, формулювати ідею, давати можливість іншим брати на себе відповідальність за свої дії та колектив, формувати готовність до змін та їх введення; передбачати зміни, тенденції та швидко реагувати на них; креативно мислити, генерувати нові ідеї, виявляти проактивність та стратегічне мислення.
ФК 3	Здатність до налагодження взаємозв'язку та взаємодії з громадськими, соціальними та державними структурами для вирішення професійних завдань; володіти знаннями щодо стратегії та тактики налагодження зв'язків з представниками різних соціальних інституцій, ЗМІ та вміння їх застосовувати у професійній діяльності.
ФК 8	Здатність вивчати та узагальнювати передовий досвід соціально-педагогічної діяльності; включатися в інноваційні процеси, бути їх ініціатором; забезпечувати ефективну взаємодію всіх учасників інноваційного процесу, проводити експертизу науково-дослідних робіт в соціально-педагогічній сфері.
ФК 17	Здатність вивчати та узагальнювати передовий досвід соціально-педагогічної діяльності; включатися в інноваційні процеси, бути їх ініціатором; забезпечувати ефективну взаємодію всіх учасників інноваційного процесу, проводити експертизу науково-дослідних робіт в соціально-педагогічній сфері.
	Програмні результати навчання
ПРН 5	Встановлювати взаємозв'язки та організувати спільну діяльність з громадськими, соціальними та державними структурами для вирішення професійних завдань; вимірювати досягнення у виконанні поставлених завдань і формулюванні/перегляді цілей; добирати відповідний інструментарій (інтерв'ю, спостереження, анкети, фокус-групи), уміти ними користуватися.
ПРН 8	Визначати причини виникнення конфлікту, альтернативного врегулювання конфлікту виступаючи у якості медіатора та фасилітатора.
ПРН 14	Демонструвати відповідальне ставлення до професійного самовдосконалення, навчання та саморозвитку.
ПРН 23	Відповідально працювати в умовах загальних соціальних та професійних ризиків.

Рекомендовані джерела

1. Абельмас Н. В. Универсальный справочник по Паблик Рилейшнз. Феникс, 2008.

2. Безумова Л. Г. Основи PR-технологій : курс лекцій для студентів 5-го курсу очного и заочного отделений. Самара : Самар. гуманит. акад., 2009. 96 с.
3. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю навчальний посібник. МОН України, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.
4. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. URL : https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168_no-5-6_vol-10_2005_UKR.pdf
5. Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник. МОН України, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 432 с.
6. Іванов В. Ф., Дудко О. С. Журналістика в піарі та піар у журналістиці: навчальний посібник. Київ : Грамота, 2010. 288 с.
7. Кальна-Дубінюк Т. П., Буряк Р. І. Паблік рілейшнз : навчальний посібник. К., 2010. 204 с.
8. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підручник. МОН України. 3-є вид., допов. і перероб. Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. 831 с.
9. Кочубей Л. О. PR у політичній сфері: підручник. НАН України, Ін-т політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса. Київ, 2013. 472 с.
10. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник. Київ : Кондор, 2016. 246 с.
11. Мойсеєв В. А. Паблік рілейшнз: навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2007. 224 с.
12. Пізнюк Л. В. Паблік рілейшнз: навчальний посібник для дистанційного навчання. Київ : Університет «Україна», 2005. 239 с. (Мережа дистанційного навчання).
13. Полякова О. О. Основи паблік рілейшнз: курс лекцій. Х: НУЦЗУ, 2012. 79 с.
14. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз: навчальний посібник. 2-е вид., випр. и доп. Київ : Знання, 2004. 376 с. (Вища освіта ХХІ століття).
15. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетингологів: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 202 с.
16. Ромат Є. В., Бучацька І. О., Дубовик Т. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навчальний посібник. Київський національний торговельно-економічний університет. Київ, 2016. 284 с.
17. Слісаренко І. Ю. Паблік рілейшнз у системі комунікації та управління: навчальний посібник. МАУП. Київ, 2001. 103 с.
18. Сорока О. В. Діагностика професійного іміджу майбутніх фахівців соціальної сфери. *Social Work and Education*. 2016. Том 2. № 2. pp. 64–71.
19. Сорока О. В. Досвід використання PR-технологій у підготовці фахівців соціальної сфери. *Соціальна робота: виклики сьогодення* : Збірник

наукових праць за матеріалами V всеукраїнської науково-практичної конференції / за заг. ред. В. А. Поліщук, С. М. Калаур, Г. І. Слосанської. Тернопіль: Вектор, 2016. С. 157–161.

20. Сорока О. В. Імідж керівника закладу загальної середньої освіти: сутність та особливості формування. *Парадигмальна модель керівника сфери освіти у контексті євроінтеграційних процесів* : Матеріали Міжнародного форуму управлінської діяльності (18–19 травня 2019 року, м. Тернопіль). Тернопіль : КРОК, 2019. С. 257–260.

21. Сорока О. В. Особливості формування професійного іміджу майбутніх соціальних працівників. *Problemy nowoczesnej edukacji. Formy i metody pracy z uczniem ze specjalnymi potrzebami edukacyjnymi* / Pod redakcja Edyty Sadowskiej, Mateusza Dasala. Czestochowa, 2016. Tom VI. pp. 91–95.

22. Сорока О. В. Сутнісні характеристики інноваційних PR-технології у соціальній сфері. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка*. Серія: Педагогічні науки. 2017. № 8 (313). Ч. II. С. 295–303.

23. Сорока О. В. Формування соціальної активності майбутніх соціальних працівників засобами рекламно-інформаційних технологій. *Педагогічна освіта: теорія і практика* : Збірник наукових праць. Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка; Інститут педагогіки НАПН України / гол. ред. Лабунець В. М. Вип.23 (2-2017). Ч.1. Кам'янець-Подільський, 2017. С. 212–218.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **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 (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується таким чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
-----------------	-------------------------

Опитування під час занять – усно Модуль 1-2 (теми 1-8) – обговорення, розгляд питань, завдання	80
Залік	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
F _x	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом