

Міністерство освіти і науки України  
Київський університет імені Бориса Грінченка  
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю



“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов

2015 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

## **ТЕОРІЯ PR**

напрямок підготовки 6.030302 Реклама та зв'язки з громадськістю

Гуманітарний інститут

2015-2016 рік

Робоча програма «Теорія PR» для студентів  
за напрямом підготовки 6.030302 Реклама і зв'язки з громадськістю  
галузі знань 0303 журналістика та інформація  
2015 року – 25 с.

**Розробник:** Курбан Олександр Васильович, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Гуманітарного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від “27” серпня 2015 року № 1

Завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Горбенко Г. В. (Горбенко Г. В.)  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Години відповідають робочому навчальному плану

Структура програми типова

Заступник директора з науково-методичної та навчальної роботи

Єременко О. В. (О.В. Єременко)  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Схвалено Вченою радою Гуманітарного інституту

Протокол від “27” серпня 2015 року № 1

Вчений секретар Видайчук Л. В. (Л.В.Видайчук)  
(підпис) (прізвище та ініціали)



**ЗМІСТ**

Пояснювальна записка	4
Структура програми навчальної дисципліни	6
I. Опис предмета навчальної дисципліни	7
II. Тематичний план навчальної дисципліни	7
III. Програма	8
Змістовий модуль 1.	8
Змістовий модуль 2.	8
IV. Навчально-методична карта дисципліни "Теорія зв'язків з громадськістю "	10
V. Плани семінарських занять	11
VI. Завдання для самостійної роботи	15
VII. Система поточного та підсумкового контролю	17
VIII. Методи навчання	18
IX. Методичне забезпечення курсу	19
X. Питання до екзамену	19
XI. Рекомендована література	21

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни "Теорія PR" є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, який розроблено кафедрою реклами та зв'язків з громадськістю на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів спеціальності реклама та зв'язки з громадськістю, відповідно до навчального плану денної форми навчання.

. Програма визначає обсяги знань, які повинні опанувати студенти відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу дисципліни "Теорія PR", необхідне методичне забезпечення, складові та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

Курс "Теорія PR" покликаний формувати теоретичну базу фахівця із реклами та зв'язків з громадськістю. Виходячи з цього метою вивчення курсу є ознайомлення з базовими методологічними та методичними положеннями науково-прикладної дисципліни «зв'язки з громадськістю» та основними тенденціями її розвитку, оволодіння студентами головним термінологічним апаратом, здобуття навичок аналізу соціальних комунікаційних процесів, та вмінням орієнтуватись у сучасних технологіях реклами, PR та медіакомунікацій.

Головне завдання курсу полягає в узагальненні та систематизації здобутих знань у галузі зв'язків з громадськістю, поглибленні і розширенні розуміння профільної термінології, отримання практичних навичок роботи у напрямках: медіа комунікація, реклама та зв'язки з громадськістю.

Завданнями курсу є :

- Вивчити загальносвітову історію розвитку наукових знань в галузі зв'язків з громадськістю
- Ознайомитися із методологічними основами сучасної теорії зв'язків з громадськістю
- Дослідити методи дослідження сучасних PR-процесів
- Ознайомитися з базовими складовими частинами та структурою комунікаційного процесу

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати: базові положення теорії зв'язків з громадськістю; вміти: ідентифікувати та давати оцінку практичних інструментів та фактів з точки зору сучасних PR-процесів.

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 72 год., із них 10 год. – лекції, 10 год. – семінарські заняття, 3 год. – модульний контроль, 18 год. – семестровий контроль, 31 год. – самостійна робота.

Вивчення студентами навчальної дисципліни "Теорія PR" завершується складанням іспиту.

## СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предмет: термінологічний апарат теорії зв'язків з громадськістю, структурний аналіз інструментів та механізмів PR-процесу, закономірності та факти комунікаційних процесів.

<b>Курс:</b>	<b>Напря́м, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень</b>	<b>Характеристика навчальної дисципліни</b>
<p>Кількість кредитів, відповідних ECTS: 2 кредити</p> <p>Змістові модулі: 2 модулі</p> <p>Загальний обсяг дисципліни (години): 72 годин</p> <p>Тижневих годин: 1,5 години</p>	<p>Шифр та назва галузі знань:  0303 Журналістика та інформація</p> <p>Шифр та назва напряму: напря́м 6.030302 реклама і зв'язки з громадськістю</p> <p>Освітньо-кваліфікаційний рівень "бакалавр"</p>	<p>Нормативна</p> <p>Рік підготовки: 2.</p> <p>Семестр: 3.</p> <p>Аудиторні заняття: 20 години, з них: Лекції (теоретична підготовка): 10 годин Семінарські заняття: 10 годин</p> <p>Модульні контрольні роботи: 3 години</p> <p>Самостійна робота: 31 год. Вид контролю: <u>екзамен</u>: <u>18годин</u></p>

## II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин								
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семинарських	Індивідуальна робота	Самостійна робота	Підсумковий контроль	
Змістовий модуль I.										
<b>БАЗОВІ ПОЛОЖЕННЯ ТА ІСТОРІЯ ФОРМУВАННЯ НАУКОВОЇ ПРАКТИКИ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ</b>										
1	Загальний нарис історії розвитку наукового вивчення PR-технологій	9	4	2		2		5		
2	Базові складові сучасної теорії зв'язків з громадськістю	11	4	2		2		7		
	<b>Модульна контрольні робота</b>	<b>1</b>						<b>1</b>		
	Разом	21	8	4		4		12	1	
Змістовий модуль II.										
<b>БАЗОВА МОДЕЛЬ ТА СКЛАДОВІ ЧАСТИНИ СУЧАСНОЇ ТЕОРІЇ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ</b>										
3	Соціальні комунікаційні процеси в структурі PR	9	4	2		2		5		
4	Методологічні основи теорії зв'язків з громадськістю	9	4	2		2		5		
5	Методи та засоби дослідження PR-процесів	13	4	2		2		9		
	<b>Модульна контрольні робота</b>	<b>2</b>						<b>2</b>		
	Разом	33	12	6		6		19	2	
Семестровий контроль		18							18	
<b>Разом за навчальним планом</b>		72	20	10		10		31	3/18	

### **III. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Змістовий модуль I.

#### **БАЗОВІ ПОЛОЖЕННЯ ТА ІСТОРІЯ ФОРМУВАННЯ НАУКОВОЇ ПРАКТИКИ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ**

**Тема 1. Загальний нарис історії розвитку наукового вивчення PR-технологій (2 год.)**

Історія розвитку вчень про зв'язки з громадськістю. Дослідники PR-процесів в античні часи. Дослідження технологій із зв'язків з громадськістю у епоху Середньовіччя та Відродження. PR-технології у дослідженнях вчених та практиків Нового та Новітнього часу. Стан вивчення та перспективи розвитку теорії зв'язків з громадськістю на сучасному етапі.

**Семінар 1. РОЗВИТОК ТА СТАНОВЛЕННЯ ЗНАНЬ ПРО ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ (2 год.).**

**Тема 2. Базові складові сучасної теорії зв'язків з громадськістю (2 год.)**

Структура та складові частини сучасного типового PR-процесу. Однобічна модель комунікаційного процесу. Двобічна модель соціокомунікативного процесу. Методологія та методика в структурі наукової дисципліни. Методологія дослідження PR-процесу. Термінологія та понятійний апарат теорії зв'язків з громадськістю.

**Семінар 2. СТРУКТУРА ТА БАЗОВІ ПОЛОЖЕННЯ ТЕОРІЇ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ (2 год.).**

Змістовий модуль II.

#### **БАЗОВА МОДЕЛЬ ТА СКЛАДОВІ ЧАСТИНИ СУЧАСНОЇ ТЕОРІЇ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ**

**Тема 3. Соціальні комунікаційні процеси в структурі PR (2 год.)**

Базові положення теорії соціальних комунікацій. Структура та складові частини теорії соціальних технологій. Міжгрупові соціальні комунікації в рамках PR-процесів. Внутрішньокорпоративний PR в форматі внутрішньогрупової



соціальної комунікації. Міжособистісні соціальні комунікації в структурі PR-процесу.

**Семінар 3.** PR В СТРУКТУРІ ЗАГАЛЬНОЇ СОЦОКОМУНІКАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ (2 год.).

**Тема 4.** **Методологічні основи теорії зв'язків з громадськістю (2 год.)**

Соціокомунікаційна методологія теорії зв'язків з громадськістю. Суміжні науково-прикладні дисципліни. Психологія в рамках PR-процесів. Соціологічна наука в структурі пізнання PR-процесів. Філософсько-культурологічна складова PR-процесу. Маркетинг, як базова основа комерційного PR. Політологія в рамках сучасного PR-процесу.

**Семінар 4.** КОМПЛІЯТИВНА ОСНОВА МЕТОДОЛОГІЇ СУЧАСНОЇ ТЕОРІЇ PR (2 год.).

**Тема 5.** **Методи та засоби дослідження PR-процесів (2 год.)**

Структура та типологія методів дослідження PR-процесів. Філософсько-історичні методи. Загально-наукові методи. Конкретно-наукові методи. Діагностика сучасних PR-процесів. Моделювання PR-процесів. PR-аудит: базові положення та структурна схема. Імідж-аудит. Структурний аудит корпоративної структури. Аудит карти інформаційного поля.

**Семінар 5.** ДІАГНОСТИКА ТА МОДЕЛЮВАННЯ PR-ПРОЦЕСІВ (2 год.).

#### IV. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ "ТЕОРІЯ PR"

Разом: 72 год., лекції – 10 год., семінарські заняття – 10 год., модульний контроль – 3 год., семестровий контроль – 18 год., самостійна робота – 31 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	
Модулі	Змістовий модуль I							Змістовий модуль II				
Назва модуля	БАЗОВІ ПОЛОЖЕННЯ ТА ІСТОРІЯ ФОРМУВАННЯ НАУКОВОЇ ПРАКТИКИ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ					БАЗОВА МОДЕЛЬ ТА СКЛАДОВІ ЧАСТИНИ СУЧАСНОЇ ТЕОРІЇ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ						
Кількість балів за модуль	59					76						
Лекції	2					3						
Теми лекцій	Загальний нарис історії розвитку наукового вивчення PR-технологій		Базові складові сучасної теорії зв'язків з громадськістю			Соціальні комунікаційні процеси в структурі PR		Методологічні основи теорії зв'язків з громадськістю		Методи та засоби дослідження PR-процесів		
Теми семінарських занять	РОЗВИТОК ТА СТАНОВЛЕННЯ ЗНАТЬ ПРО ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ 11		СТРУКТУРА ТА БАЗОВІ ПОЛОЖЕННЯ ТЕОРІЇ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ 11			PR В СТРУКТУРІ ЗАГАЛЬНОЇ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ 11		КОМПЛІКАТИВНА ОСНОВА МЕТОДОЛОГІЇ СУЧАСНОЇ ТЕОРІЇ PR 11		ДІАГНОСТИКА ТА МОДЕЛЮВАННЯ PR-ПРОЦЕСІВ 11		
Самостійна робота	5		5			5		5		5		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)					Модульна контрольна робота 2 (25 балів)						
Підсумковий контроль	Екзамен (20 балів) Усього 135											

## V. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль 1.

### БАЗОВІ ПОЛОЖЕННЯ ТА ІСТОРІЯ ФОРМУВАННЯ НАУКОВОЇ ПРАКТИКИ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

#### Семінар 1.

#### РОЗВИТОК ТА СТАНОВЛЕННЯ ЗНАНЬ ПРО ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

1. Історія народження та становлення знань про технології зв'язків з громадськістю.
2. Вивчення технологій зв'язків з громадськістю у дослідженнях античних філософів.
3. Дослідження технологій зв'язків з громадськістю в Середньовіччя
4. Народження наукових основ дослідження технологій зв'язків з громадськістю у Новий та Новітній часи.
5. Формування базових положень сучасної теорії зв'язків з громадськістю у ХХ ст.

#### Основна література:

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рілейшнз: [монографія] / В.М.Бебик. – К.:МАУП, 2005. – 440 с.
2. 2004. – 350 с.
3. Королько В.Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика: [підручник] / В.Г. Королько. – К.: Видавничий дім „Скарби”, 2001. – 400 с.
4. Моисеев В.А. Паблік рілейшнз. Теория и практика / В.А. Моисеев. – К.: Вира-Р. – 1999. – 375 с.
5. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 656 с.
6. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 1999. – 348 с.
7. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию/ Френсис Фукуяма. – М.: АСТ. – 2006. – 326 с.

#### Семінар 2.

#### СТРУКТУРА ТА БАЗОВІ ПОЛОЖЕННЯ ТЕОРІЇ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

1. Базова схема сучасного PR-процесу.
2. Структура та загальна характеристика сучасного соціокомунікаційного процесу: лінійна та циклічна моделі.

3. Складові частини та структура теоретичних основ розвитку науково-практичної дисципліни «зв'язки з громадськістю» на сучасному етапі.
4. Проблеми та перспективи формування єдиної теорії зв'язків з громадськістю

#### Основна література:

1. Королько В.Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика: [підручник] / В.Г. Королько. – К.: Видавничий дім „Скарби”, 2001. – 400 с.
2. Связи с общественностью как социальная инженерия/ [под. ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной ]. – СПб.: Речь, 2005. – 336 с.
3. Соколов А.В. Введение в теорию социальной коммуникации: [учебное пособие] / А.В. Соколов. – СПб.: ГУП, 1996. – 320 с.
4. Соколов А.В. Метатеория социальной коммуникации / А.В. Соколов. – СПб., 2001. – 348 с.
5. Сурмин Ю.П. Теория социальных технологий: [учебн. пособие] / Ю.П. Сурмин Н.В.Туленков. – К.: МАУП, 2004. – 608 с.
6. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: [учебник] / Ф.И. Шарков. – М.: Изд. дом «Соц. отношения», Изд-во Перспектива , 2003. – 248 с.
7. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии / Г.Г. Почепцов. – М.: Центр, 2003. – 381 с.
8. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 1999. – 348 с.
9. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика / Г.Г. Почепцов. – К.: Альтер-пресс, 2008. – 408 с.

#### Змістовий модуль 2.

### **БАЗОВА МОДЕЛЬ ТА СКЛАДОВІ ЧАСТИНИ СУЧАСНОЇ ТЕОРІЇ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ**

#### **Семінар 3.**

#### **PR В СТРУКТУРІ ЗАГАЛЬНОЇ СОЦКОМУНІКАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ**

1. Складові частини суміжних теорій та науково-практичних дисциплін в теоретичній площині теорії зв'язків з громадськістю.
2. Теорія соціальних комунікацій в форматі теоретичних підвалин сфери зв'язків з громадськістю.
3. Теорія соціальних технологій, як складова частина методологічної основи теорії зв'язків з громадськістю.
4. Типологія та класифікація сучасних соціальних комунікаційних процесів.

Основна література:

1. Байцев А.Ю. Комунікація [Електронний ресурс] / А.Ю. Байцев // Філософський енциклопедический словарь: [сайт]. – Електронні дані. - Режим доступу: <http://arion.ru/wiki/Kommunikacija>
2. Землянова Л.М. Зарубежная коммунікативістика в предверіе інформаційного общества: Толковий словарь термінів и концепцій / Л.М. Землянова. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1999. – 301 с.
3. Подшивалкина В.И. Социальные технологии: проблемы методологии и практики / В.И. Подшивалкина. – Кишинев: Центр. типография. 1997. – 352 с.
4. Почепцов Г.Г. Теория коммунікації / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 656 с.
5. Связи с общественностью как социальная инженерия/ [под ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной ]. – СПб.: Речь, 2005. – 336 с.
6. Соколов А.В. Общая теория социальной коммунікації: [учебное пособие] / А.В. Соколов. – СПб.: Михайлов, 2002. – 460 с.
7. Сурмин Ю.П. Теория социальных технологий: [учебн. пособие] / Ю.П. Сурмин Н.В.Туленков. – К.: МАУП, 2004. – 608 с.
8. Почепцов Г.Г. Коммунікативные технологии XX века / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 1999. – 348 с.
9. Соціальна комунікація [Електронний ресурс]: [сайт] // Вікіпедія. – Електронні дані . - Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/>
10. Социальная информатика: основания, методы, перспективы / [отв. ред. Н.И. Лапин]. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 216 с.
11. Социальное управление: Словарь / [под ред. В.И. Добренкова, И.М. Слепенкова]. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – 208 с.
12. Социальные коммунікації (теория, методология, деятельность): словарь-справочник / [под ред. В.А. Ильганаевой]. – Х.: КП «Городская типография», 2009. – 392 с.
13. Социальные технологии: Толковий словарь / [под редакцией Ю.П. Аверина, Е.Ю. Алексеева, Ю.Ф. Афонина]. – М. – Белгород: Луч – Центр социальных технологий, 1995. – 309 с.

**Семінар 4.****КОМПІЛЯТИВНА ОСНОВА МЕТОДОЛОГІЇ СУЧАСНОЇ ТЕОРІЇ PR**

1. Інструменти та технології суміжних науково-практичних дисциплін в PR.
2. Правила та принципи застосування інструментів психології в PR.
3. Соціологія, як базовий інструмент дослідження PR-процесів.
4. Маркетингові технології в сучасних PR-процесах.

Основна література:

1. Алешина И.В. Паблік рилейшнз для менеджерів / И. Алешина. – М.: ИКФ «Экмос», 2002. – 346 с.
2. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: [монографія] / В.М.Бебик. – К.:МАУП, 2005. – 440 с.
3. Коммуникационный менеджмент: [учебное пособие для студентов вузов] / [под. Редакцией В.М.Шепель, В.Н. Футина, А.С. Любутова]. – М.: Гордарики, 2004. – 350 с.
4. Королько В.Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика: [підручник] / В.Г. Королько. – К.: Видавничий дім „Скарби”, 2001. – 400 с.
5. Моисеев В.А. Паблік рилейшнз. Теория и практика / В.А. Моисеев. – К.: Вира-Р. – 1999. – 375 с.
6. Связи с общественностью как социальная инженерия/ [под. ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной ]. – СПб.: Речь, 2005. – 336 с.
7. Туленков Н.В. Введение в теорию и практику менеджмента / Н.В.Туленков. – К.: МАУП, 1998. – 136 с.
8. Щекин Г.В. Теория социального управления / Г.В.Щекин. – К.: МАУП, 1996. – 408 с.
9. Агеев В.С. Психология межгрупповых отношений /Агеев В.С. – М.: Изд-во МГУ, 1983. – 144 с.
- 10.Бориснев С.В. Социология коммуникации: [учебное пособие для вузов] / С.В. Бориснев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 270 с.
- 11.Зупарова Л.Б. Аналитико-синтетическая переработка информации: учебник / Л.Б. Зупарова, Т.А. Зайцева. – М.: ФАИР, 2007. – 400 с.
- 12.Крючков Ю.А. Теория и методы социального проектирования / Ю.А. Крючков. – М.: МГП «Информрекламиздат», 1998. – 245 с.
- 13.Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 1999. – 348 с.
- 14.Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика / Г.Г. Почепцов. – К.: Альтер-пресс, 2008. – 408 с.
- 15.Уотсон Т. Методы оценки деятельности PR-подразделения компании / Т.Уотсон, П.Нобл. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. – 261 с.

**Семінар 5.****ДІАГНОСТИКА ТА МОДЕЛЮВАННЯ PR-ПРОЦЕСІВ**

1. Сучасні технології оцінки ефективності соціокомунікативних процесів.
2. Методи та інструменти діагностування PR-процесів.
3. Моделювання сучасних PR-процесів: шляхи та методи практичної реалізації.
4. Макро- та макрорівень дослідження сучасних PR-процесів.

Основна література:

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рілейшнз: [монографія] / В.М.Бебик. – К.:МАУП, 2005. – 440 с.
2. Коммуникационный менеджмент: [учебное пособие для студентов вузов] / [под. Редакцией В.М.Шепель, В.Н. Футина, А.С. Любутова]. – М.: Гордарики, 2004. – 350 с.
3. Связи с общественностью как социальная инженерия/ [под. ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной ]. – СПб.: Речь, 2005. – 336 с.
4. Курбан О.В. До питання про технології діагностування та моделювання соціокомунікативних процесів / О. В. Курбан // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – 2009. – Випуск XXIII. – С. 54-60.
5. Курбан О.В. діагностика та моделювання PR-процесів: монографія / О.В.Курбан. – К.: Конфедерація журналістів України, 2012. – 120 с.

**VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

## Змістовий модуль I.

**Тема 1-2. БАЗОВІ ПОЛОЖЕННЯ ТА ІСТОРІЯ ФОРМУВАННЯ НАУКОВОЇ ПРАКТИКИ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ – 12 год.**

1. Скласти хронологічну таблицю розвитку технологій зв'язків з громадськістю від зародження до поч. ХХІ ст. – 2 год.
2. Розробити хронологічну таблицю розвитку наукових досліджень в галузі зв'язків з громадськістю від античності до теперішнього часу – 2 год.
3. Проаналізувати історію розвитку технологій зв'язків з громадськістю в контексті історії США – 2 год.
4. Простежити розвиток технологій зв'язків з громадськістю у європейських країнах – 2 год.

5. Скласти хронологічну таблицю розвитку практики та наукових досліджень галузі зв'язків з громадськістю в Україні – 4 год.

Змістовий модуль II.

**Теми 3-5. БАЗОВА МОДЕЛЬ ТА СКЛАДОВІ ЧАСТИНИ СУЧАСНОЇ ТЕОРІЇ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ – 19 год.**

1. Проаналізувати типологію та класифікацію сучасних соціальних комунікацій – 5 год.
2. Скласти план-схему методологічної складової теорії зв'язків з громадськістю – 3 год.
3. Проаналізувати методичні основи сучасної теорії зв'язків з громадськістю – 4 год.
4. Скласти таблицю класифікації базових PR-інструментів за принципом приналежності до суміжних науково-прикладних дисциплін – 7 год.

Таблиця 6.1

**КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА**

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
<b>Змістовий модуль I. БАЗОВІ ПОЛОЖЕННЯ ТА ІСТОРІЯ ФОРМУВАННЯ НАУКОВОЇ ПРАКТИКИ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ</b>			
Тема 1. Загальний нарис історії розвитку наукового вивчення PR-технологій	Індивідуальне заняття, семінарське заняття, екзамен	5	I-II
Тема 2. Базові складові сучасної теорії зв'язків з громадськістю	Есе, модульний контроль, екзамен	5	III
<b>Змістовий модуль II. БАЗОВА МОДЕЛЬ ТА СКЛАДОВІ ЧАСТИНИ СУЧАСНОЇ ТЕОРІЇ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ</b>			
Тема 2. Соціальні комунікаційні процеси в структурі PR	Індивідуальне заняття, екзамен	5	IV
Тема 3. Методологічні основи теорії зв'язків з громадськістю	Індивідуальне заняття, екзамен	5	V
Тема 4. Методи та засоби дослідження PR-процесів	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	VI
<i>Разом: 31 год.</i>		<i>Разом: 25 балів</i>	



## VII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни "Теорія PR" оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (п. IV), де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 8.1, табл. 8.2.

Таблиця 8.1

### Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

№	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1	Відвідування лекцій	1	5	5
2	Відвідування практичних (семінарських) занять	1	5	5
3	Виконання завдання з самостійної роботи (домашнього завдання)	5	5	25
4	Робота на семінарському занятті	10	5	50
5	Модульна контрольна робота	25	2	50
<b>максимальна кількість балів 135</b>				

Розрахунок:  $135:30=4,5$

Студент набрав: 130

Оцінка:  $130: 4,5 = 29$  (бал за семестр), додається екзамен (max 20 балів)

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

➤ **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.

➤ **Методи письмового контролю:** модульна контрольна робота.

**Порядок переведення рейтингових показників успішності  
у європейські оцінки ECTS**

<b>Підсумкова кількість балів (max – 100)</b>	<b>Оцінка за 4-бальною шкалою</b>	<b>Оцінка за шкалою ECTS</b>
1 – 34	«незадовільно» (з обов'язковим повторним курсом)	F
35 – 59	«незадовільно» (з можливістю повторного складання)	FX
60 - 68	«задовільно»	E
69 – 74		D
75 - 81	«добре»	C
82– 89		B
90 – 100	«відмінно»	A

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється з використанням роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

## VIII. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

### I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

#### 1) За джерелом інформації:

- *Словесні*: лекція (традиційна, проблемна), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.
- *Наочні*: спостереження, ілюстрація, демонстрація.

• *Практичні*: вправи.

2) **За логікою передачі і сприймання навчальної інформації**: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) **За ступенем самостійності мислення**: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) **За ступенем керування навчальною діяльністю**: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів: з книгою; виконання індивідуальних навчальних завдань.

**II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:**

**Методи стимулювання інтересу до навчання**: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

## **IX. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ**

- ✓ опорні конспекти лекцій;
- ✓ навчальні посібники;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ засоби підсумкового контролю (комплект завдань для модульних контрольних робіт);
- ✓ завдання для ректорського контролю знань студентів з навчальної дисципліни "Теорія PR".

## **X. ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ**

### **Теоретичні питання:**

1. Технології зв'язків з громадськістю в контексті розвитку людського суспільства.
2. Загальна періодизація процесів розвитку технологій зв'язків з громадськістю в контексті загальносвітової історії людства.

3. Розвиток знань про вплив на громадськість у докласових суспільствах.
4. Технології маніпулювання громадською думкою у ранньокласових суспільствах.
5. Зародження та становлення наукових знань про технології зв'язків з громадськістю у античні часи (Давні Греція та Рим).
6. Зв'язки з громадськістю у наукових розвідках дослідників епохи Відродження.
7. Наука та практика зв'язків з громадськістю в контексті історії США.
8. Розвиток теорії зв'язків з громадськістю в контексті суміжних науково-практичних дисциплін (психологія, соціологія, культурологія та ін.).
9. Сучасний стан та тенденції розвитку теоретичних основ сфери зв'язків з громадськістю.
10. Зв'язки з громадськістю, як складова частина соціальних комунікацій
11. Базові положення теорії соціальних комунікацій: структура та загальні положення.
12. Базові положення теорії соціальних технологій: структура та загальні положення.
13. Структура і складові частини сучасних соціальних комунікаційних процесів.
14. Типологія та класифікація соціальних комунікаційних процесів.
15. Структура та специфіка базової комунікаційної моделі: лінійний та циклічний варіант.
16. Співвідношення понять «Соціокомунікативний процес» та «PR-процес».
17. Специфіка і основні напрями діагностики PR-процесів.
18. Основні положення і базові процедурні алгоритми моделювання PR-процесів.
19. Моніторинг сучасних комунікаційних процесів: структура і основні принципи використання.
20. Аудит інформаційних потоків.
21. Базовий понятійний апарат теорії зв'язків з громадськістю.
22. Базові складові поняття «комунікація».
23. Структура та принципи ідентифікації поняття «інформація».
24. Складові частини та структура поняття «інформаційне поле».
25. «Інформаційна зброя» в форматі сучасних комунікаційних процесів.
26. «Інфосфера» та «Ноосфера» в контексті сучасного наукового процесу пізнання PR-процесів.
27. Структурна характеристика та прикладні аспекти застосування комунікаційного інструменту «інформаційна зброя».
28. Інформаційно-комунікаційні канали: структура та базова характеристика.

29. Структура та загальна характеристика карти інформаційного поля.

### **Практичні завдання:**

30. Побудувати модель PR-процесу для конкретного випадку (комерційна, суспільна, політична, державна організація).

31. Визначити типи і види соціальних комунікацій використовуваних в роботі конкретної організації (комерційна, суспільна, політична, державна).

32. Розробити проект процедури комунікаційного аудиту конкретної організації (комерційна, суспільна, політична, державна).

33. Скласти список джерел для проведення моніторингу ЗМІ для конкретної організації (комерційна, суспільна, політична, державна).

32. Скласти карту інформаційного поля і дати оцінку результативності роботи корпоративних інформаційних каналів для конкретної організації (комерційна, суспільна, політична, державна).

33. Розробити алгоритм реалізації конкретного PR-процесу.

34. Створити модель «інформаційної зброї» під конкретне завдання.

35. Оцінити конкретну комунікаційну ситуацію в контексті поняття «інформаційна революція».

36. Здійснити ідентифікацію конкретної комунікаційної ситуації з позиції «інформаційний вибух».

## **XII. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

### **Базова**

1. Алешина И.В. Паблік рилейшнз для менеджерів / И. Алешина. – М.: ИКФ «Экмос», 2002. – 346 с.
2. Байцев А.Ю. Комунікація [Електронний ресурс] / А.Ю. Байцев // Філософський енциклопедический словарь: [сайт]. – Електронні дані. - Режим доступу: <http://arjom.ru/wiki/Коммуникация>
3. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: [монографія] / В.М.Бебик. – К.:МАУП, 2005. – 440 с.
4. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в предверие информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций / Л.М. Землянова. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1999. – 301 с.
5. Зражевська Н.І. Масова комунікація: курс лекцій / Н.І. Зражевська. – Черкаси: Видавництво „Брама-Україна”, 2006. – 172 с.
6. Иванов В.Ф. Аспекты массовой коммуникации. Теории и модели массовой коммуникации / В.Ф. Иванов. – К.: Центр Вільної Преси, 2009. – 330 с.

7. Катвалюк А.Л. Социальные технологии / А.Л. Катвалюк. – Тернополь: Економічна думка, 2001. – 284 с.
8. Коммуникационный менеджмент: [учебное пособие для студентов вузов] / [под. Редакцией В.М.Шепель, В.Н. Футина, А.С. Любутова]. – М.: Гордарики, 2004. – 350 с.
9. Королько В.Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика: [підручник] / В.Г. Королько. – К.: Видавничий дім „Скарби”, 2001. – 400 с.
10. Матвієнко В.Я. Соціальні технології / В.Я. Матвієнко. – К.: Українські пропілеї, 2001. – 446 с.
11. Моисеев В.А. Паблік рилейшнз. Теория и практика / В.А. Моисеев. – К.: Вира-Р. – 1999. – 375 с.
12. Москаленко А.З. Масова комунікація: [підручник] / А.З. Москаленко, Л.В. Губерський, В.Ф. Іванов, В.А. Вергун. – К.: Либідь, 1997. – 216 с.
13. Подшивалкина В.И. Социальные технологии: проблемы методологии и практики / В.И. Подшивалкина. – Кишинев: Центр. типография. 1997. – 352 с.
14. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 656 с.
15. Связи с общественностью как социальная инженерия/ [под. ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной ]. – СПб.: Речь, 2005. – 336 с.
16. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: [учебное пособие] / А.В. Соколов. – СПб.: Михайлов, 2002. – 460 с.
17. Соколов А.В. Введение в теорию социальной коммуникации: [учебное пособие] / А.В. Соколов. – СПб.: ГУП, 1996. – 320 с.
18. Соколов А.В. Метатеория социальной коммуникации / А.В. Соколов. – СПб., 2001. – 348 с.
19. Сурмин Ю.П. Теория социальных технологий: [учебн. пособие] / Ю.П. Сурмин Н.В. Туленков. – К.: МАУП, 2004. – 608 с.
20. Туленков Н.В. Введение в теорию и практику менеджмента / Н.В. Туленков. – К.: МАУП, 1998. – 136 с.
21. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: [учебник] / Ф.И. Шарков. – М.: Изд. дом «Соц. отношения», Изд-во Перспектива, 2003. – 248 с.
22. Щекин Г.В. Теория социального управления / Г.В. Щекин. – К.: МАУП, 1996. – 408 с.
23. Щербина В.В. Социальные теории организации: словарь / [автор-составитель В.В. Щербина]. – М.: ИНФРА-М. – 2000. – 264 с.

### Допоміжна

24. Агеев В.С. Психология межгрупповых отношений / Агеев В.С. – М.: Изд-во МГУ, 1983. – 144 с.
25. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции / Г.П. Бакулев. – М.: Аспект-Пресс, 2005. – 176 с.
26. Баскаков А.Я. Методология научного исследования: [учебное пособие для студентов вузов] / А.Я. Баскаков, Н.В. Туленков. – К.: МАУП, 2002. – 214 с.
27. Бебик В.М. Політологія, теорія, методологія, практика: [підручник] / В.М. Бебик. – К.: МАУП, 1997. – 248 с.
28. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действие / В.М. Березин. – М.: Изд. РИП-холдинг, 2003. – 173 с.
29. Бориснев С.В. Социология коммуникации: [учебное пособие для вузов] / С.В. Бориснев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 270 с.
30. Дятченко Л.Я. Социальные технологии в управлении общественными процессами / Л.Я. Дятченко. – Белгород: Центр социальных технологий, 1993. – 343 с.
31. Зупарова Л.Б. Аналитико-синтетическая переработка информации: учебник / Л.Б. Зупарова, Т.А. Зайцева. – М.: ФАИР, 2007. – 400 с.
32. Иванов В.Н. Социальные технологии в современном мире / В.Н. Иванов. – М.: Славянский диалог, 1996. – 335 с.
33. Иванов В.Н. Инновационные социальные технологии устойчивого развития: [учебное пособие] / В.Н. Иванов, В.Н. Патрушев, Г.Н. Галиев. – Уфа: ООО «ДизайнПолиграфсервис», 2003. – 351 с.
34. Костенко Н.В. Ценности и символы в массовой коммуникации / Н.В. Костенко. – К.: Наукова думка, 1993. – 129 с.
35. Крючков Ю.А. Теория и методы социального проектирования / Ю.А. Крючков. – М.: МГП «Информрекламиздат», 1998. – 245 с.
36. Курбан О. Культура масових міжгрупових комунікацій / О.Курбан // ПР-менеджер. – 2009. – №9, С. 18-27.
37. Курбан О.В. До питання про технології діагностування та моделювання соціокомунікативних процесів / О. В. Курбан // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – 2009. – Випуск ХХІІІ. – С. 54-60.
38. Курносоев Ю.В. Аналитика: методология, технология и организация информационно-аналитической работы / Ю.В. Курносоев, П.Ю. Конотопов. – М.: РУСАКИ, 2004. – 512 с.
39. Науменко Т.В. Массовая коммуникация: теоретико-методологический анализ / Т.В. Науменко. – М.: Издательство «Перспектива», 2003. – 252 с.
40. Патрушев В.И. Введение в теорию социальных технологий / В.И. Патрушев. – М.: ИКАР, 1998. – 200 с.

- 41.Плотинский Ю.М. Теоретические и эмпирические модели социальных процессов: [учебное пособие для вузов] / Ю.М. Плотинский. – М.: Логос, 1998. – 280 с.
- 42.Почепцов Г.Г. Стратегический анализ / Г.Г. Почепцов. – К.: Дзвін, 2004. – 333 с.
- 43.Почепцов Г.Г. Інформаційна політика: [навчальний посібник] / Г.Г. Почепцов. – К.: «Знання», 2008. – 663 с.
- 44.Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии / Г.Г. Почепцов. – М.: Центр, 2003. – 381 с.
- 45.Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 1999. – 348 с.
- 46.Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика / Г.Г. Почепцов. – К.: Альтер-пресс, 2008. – 408 с.
- 47.Соціальна комунікація [Електронний ресурс]: [сайт] // Вікіпедія. – Електронні данні . - Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/>
- 48.Социальная информатика: основания, методы, перспективы / [отв. ред. Н.И. Лапин]. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 216 с.
- 49.Социальное управление: Словарь / [под ред. В.И. Добренькова, И.М. Слепенкова]. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – 208 с.
- 50.Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник / [под ред. В.А. Ильганаевой]. – Х.: КП «Городская типография», 2009. – 392 с.
- 51.Социальные технологии: Толковый словарь / [под редакцией Ю.П. Аверина, Е.Ю. Алексеева, Ю.Ф. Афонина]. – М. – Белгород: Луч – Центр социальных технологий, 1995. – 309 с.
- 52.Уотсон Т. Методы оценки деятельности PR-подразделения компании / Т.Уотсон, П.Нобл. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. – 261 с.
- 53.Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию/ Френсис Фукуяма. – М.: АСТ. – 2006. – 326 с.

### **Інформаційні ресурси**

1. Байцев А.Ю. Комунікація [Електронний ресурс] / А.Ю. Байцев // Філософський енциклопедический словарь: [сайт]. – Електронні данні. - Режим доступу: <http://arjom.ru/wiki/Коммуникація>
2. Різун В.В. Теорія масової комунікації / В.В. Резун [Електронний ресурс]: [сайт] // Електронна бібліотека інституту журналістики. – Електронні данні. - Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.ph?act=book.index&book=1>
3. Соціальна комунікація [Електронний ресурс]: [сайт] // Вікіпедія. – Електронні данні . - Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/>