

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Інститут журналістики  
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи  
  
«11» «09» 2019 р.



## РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

**PR-діяльність: PR у політичній сфері**

для студентів

галузі знань

*0303 Журналістика та інформація*

освітнього рівня

*першого (бакалаврського)*

напряму

*Реклама і зв'язки з громадськістю*

Київ – 2019

*степ. у. журналістика*

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
Ідентифікаційний код 0213655-4  
Начальник відділу  
моніторингу якості освіти

Протокол № 1814/19  
Мельнич  
(підпис) (прізвище, ім'я)

«11» «09» 2019 р.

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Інститут журналістики  
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи  
 О. Б. Жильцов  
« 15 » 09 2018 р.



## РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

**PR-діяльність: PR у політичній сфері**

для студентів

галузі знань

**0303 Журналістика та інформація**

освітнього рівня

**першого (бакалаврського)**

напряму

**Реклама та зв'язки з громадськістю**

Київ – 2018



**Розробники:** Стадніченко О.І., кандидат політичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

**Викладачі:** Стадніченко О.І., кандидат політичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від 30 серпня 2018 року № 1

Завідувач кафедри Новохатько Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю

30 08 2018 року

Гарант освітньо-професійної програми Новохатько Л.М.Новохатько

Робочу програму перевірено

12 09 2018 р.

Заступник директора Інституту журналістики  
з науково-методичної та навчальної роботи

Росінська

Росінська О. А.

Пролонговано

на 2019/2020 н.р. підпис (ПБ), «29» 08 2019 р., протокол № 1 Новохатько

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПБ), «\_\_» \_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПБ), «\_\_» \_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПБ), «\_\_» \_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_



## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	основна	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	3/90	-
Курс	4	-
Семестр	7	-
Кількість змістових модулів з розподілом	2	-
Обсяг кредитів	2	-
Обсяг годин, в тому числі:	60	-
Аудиторні	28	-
Модульний контроль	4	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	28	-
Форма семестрового контролю	Частина комплексного іспиту	-

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Курс** Курс "PR у політичній сфері" покликаний формувати теоретичну та прикладну бази фахівця із зв'язків з громадськістю, тому метою його вивчення є ознайомлення із структурою сучасного PR-процесу та його місця на загальному тлі політичних комунікацій. Головне завдання курсу полягає в узагальненні та систематизації попередньо здобутих знань в рамках історії та теорії PR, а також оволодіння прикладними аспектами та інструментарієм щодо реалізації головного завдання PR – забезпечення реалізації базового PR-процесу.

**Завдання** дисципліни передбачають такі процеси:

- розвивати *інтегральну компетентність*: отримання знання щодо історії розвитку політичного піару в різних державах та розуміння особливостей кожного періоду розвитку; здатність виконувати складні спеціалізовані завдання в галузі політичної івентології; вміння критично оцінювати і розв'язувати політичні та ідеологічні проблеми; вміння розуміти і застосовувати на практиці особливості політичного PR та політичних систем.
- розвивати *загальні компетентності* такі, як набуття творчої компоненти світогляду, переконань, уподобань, поглядів щодо політичного буття; розвиток організаторських здібностей та

організації творчого процесу інших; міжособистісно взаємодіяти у команді; розуміння та дотримання морально-етичних норм і цінностей, сформованість загальної культури, морально-етичних якостей;

- розвивати *фахові компетентності* спеціальності:
  - розуміння загальних закономірностей та конкретно-історичних особливостей історією PR в політичній сфері
  - володіння сучасними тенденціями створення сценаріїв та формування режисерського задуму як проекту майбутнього спеціального політичного заходу та пошук найефективніших шляхів його реалізації;
  - ознайомлення із специфікою та особливостями розвитку сучасного ринку політичного PR;
  - здатність до публічної діяльності та спілкування з соціумом шляхом образної демонстрації власної думки за допомогою спеціальних подій;
  - уміння супроводжувати комунікаційні заходи.;
  - оволодіння практичним інструментарієм щодо написання політичних PR-текстів та організації політичних PR-подій;
  - вивчення принципи та методи проведення сучасних політичних кампаній;
  - дослідження особливостей використання медіаресурсу в політиці.

### **3.Результати навчання за дисципліною**

#### **Програмні результати навчання:**

- розуміти витоки PR-консультування;
- знати основні складові, функції та типи політичної культури;
- знати основні шляхи формування іміджу політика;
- розуміти особливості комунікативних процесів в політичних публік рілейшинз та знати PR-технології в політиці;
- складати стратегічні та тактичні плани політичної PR-комунікації;
- планувати заходи політичної PR-комунікації;
- визначати політичну культуру, розрізняти типи політичної культури;
- розуміти психологічну природу іміджу, визначати зовнішні компоненти іміджу;
- проводити агітаційну виборчу кампанію;



#### 4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторні					Самостійна робота
		Лекції	Семінари	Практич	Лабораторні	Модульний контроль	
<b>Змістовий модуль I. ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ПОЛІТИЧНОМУ ЖИТТІ СУСПІЛЬСТВА</b>							
Тема 1. PR в системі політичних комунікацій.	8	2	2				4
Тема 2. Політичний піар в контексті політичної системи суспільства.	8	2	2				4
Тема 3. Політичний медійний менеджмент.	8	2	2				4
Тема 4. Громадська думка в політичному PR.	8	2	2				4
Модульний контрольна робота	2					2	
<i>Разом</i>	<b>34</b>	<b>8</b>	<b>8</b>			<b>2</b>	<b>16</b>
<b>Змістовий модуль II. ПОЛІТИЧНА КАМПАНІЯ</b>							
Тема 5. Планування політичної кампанії.	8	2	2				4
Тема 6. PR політичного лідера.	8	2	2				4
Тема 7. Маніпуляції в політичному PR.	8	2	2				4
Модульний контрольна робота	2					2	
<i>Разом</i>	<b>26</b>	<b>6</b>	<b>6</b>			<b>2</b>	<b>12</b>
<b>Всього за навчальним планом</b>	<b>60</b>	<b>14</b>	<b>14</b>			<b>4</b>	<b>28</b>

## **5. Програма навчальної дисципліни**

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І**

#### **ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ПОЛІТИЧНОМУ ЖИТТІ СУСПІЛЬСТВА**

##### **ТЕМА 1. PR в системі політичних комунікацій**

Історичні передумови політичного PR. Формування і розвиток політичної комунікації від Античності до Відродження. Паблік рилейшнз в політичній комунікації XXI ст.: основні тенденції розвитку. Основи політичного консалтингу. Дискурс в політичних консультаціях. Н. Макіавеллі «Государ», Д. Моріс «Новий государ»

Модель політичної комунікації сучасного суспільства. Різновиди, структура та завдання політичних комунікацій. Засоби здійснення політичних комунікацій. Основні поняття та категорії політичного маркетингу. Комплекс комунікацій політичного маркетингу. Зв'язки з громадськістю в політиці: мета та завдання. Комунікативні канали зв'язків з громадськістю в політичній сфері.

##### **ТЕМА 2. Політичний піар в контексті політичної системи суспільства.**

Поняття та класифікація політичних систем. Політична соціалізація : особливості в різних системах. Політичні комунікації в контексті політичних систем. Особливості PR діяльності в провідних політичних системах. PR для монархії. PR заходи для комуністичної ідеології. PR при тоталітаризмі. Медіацентрована демократія. PR демократія. Культ особи: генеза поняття. Культ особи як продукт PR-технологій.

##### **ТЕМА 3. Політичний медійний менеджмент.**

Визначення та сутність політичного медійного менеджменту. GR зв'язки з Урядом. Політична медійна кампанія. Методологія комунікативних методів політичного PR. Політична комунікація в контексті комунікаційних методів. Комунікаційні процеси при формуванні іміджу. Медійні методи як чинник формування громадської думки. Інтернет-технології в політичному менеджменті.

##### **ТЕМА 4. PR-методи формування громадської думки.**

Політична медійна компанія: сутність, етапи проведення. Громадськість: поняття, типи, принципи роботи. Типологізації громадськості. Поняття громадської думки. Формування громадської думки. Методи і способи впливу на формування та зміну громадської думки. правила, які необхідно використовувати в роботі зі зміни мотивації установок людей.



## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II**

### **ПОЛІТИЧНА КАМПАНІЯ**

#### **ТЕМА 5. Планування політичної кампанії.**

Політична кампанія. Види політичних кампаній. Учасники політичної кампанії: загальна характеристика. Суб'єкт і об'єкт управління в політичній кампанії. Ініціатори та організатори політичних кампаній. Особливості українського контексту політичних кампаній. Політична ПР-подія як феномен політологічного дослідження. Особливості політичних ПР-подій. Види політичних ПР-подій. Політичний перформанс у політичному процесі. Особливості побудови політичних перформансів. Найбільш вдалі та найбільш провальні перформанси. Роль політичних перформансів у політичному житті незалежної України.

#### **ТЕМА 6. PR політичного лідера.**

Персональні ПР-комунікації як феномен політологічного дослідження. Індивідуальність в політиці. Типи політичних лідерів. Гендерний чинник в політичному ПР. Політик як унікальна пропозиція. Регіональний політичний лідер як іміджева розробка. Технології розробки та просування політичного іміджу. Особливості розкриття та подання інформації про політика. Політична міфологія як основа політичного іміджу.

#### **ТЕМА 7. Маніпуляції в політичному PR.- 2 год.**

Психологія політичного PR. Створення настанов в політичному PR. Пряма маніпуляція в політичному PR. Медійні ефекти: праймінг та фреминг. Засоби дискредитації конкурентів в політичному PR. Основи психологічного сприйняття політичної інформації. Жорсткі та м'які методи маніпуляції.



## 6. Контроль навчальних досягнень

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кіл-ть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	Максимальна кіл-ть балів	Кількість одиниць	Максимальна кіл-ть балів
Відвідування лекцій	1	4	4	3	3
Відвідування семінарських занять	1	4	4	3	3
Робота на семінарському занятті	10	4	40	3	30
Самостійна робота	5	4	20	4	20
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом:			93		81
Максимальна кількість балів		174			
Розрахунок коефіцієнта		Розрахунок: $174:60=2,9$ Студент набрав: 165 балів Оцінка: $165:2,9 = 57$ балів			

### 6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

#### Змістовий модуль I.

1. Сформувані ньюз-кіт новин політичного PR.
2. Проаналізуйте суспільно-політичні ЗМІ з метою виявлення особливостей політичної медійної риторики.
3. Підготувати довідки про провідних політконсультантів .
4. Скласти порівняльну таблицю: «Політичний лідер XXI ст. – політичний лідер минулих віків» за критеріями: 1) походження; 2) набуття влади; 3) політична орієнтація та платформа; 4) імідж .

#### Змістовий модуль II.

1. Складіть семантичну розгорнуту порівняльну президентських промов В.Януковича та П.Порошенка, або Б.Обами та Д.Трампа.

2. Проаналізувати новітні медійні технології політичного PR (на основі аналізу президентських виборів 2014 року в Україні та президентських виборів 2012 року у США).
3. Розробити дискредитаційну кампанію для політика Х.
4. Розробити антидискредитаційну кампанію для політика Х.

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими *критеріями*:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- 5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

### **6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання**

Контрольна модульна робота включає 5 завдань.

Критерії оцінювання:

Кожне з питань для перевірки самостійно виконаних завдань - 5 б. (макс.), для цього вони мають відповідати наступним критеріям: відповідність змісту; повнота і ґрунтовність викладу; доказовість і логічність викладу; термінологічна коректність; здатність до обґрунтування висновків; володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

### **6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання**

Підсумкове оцінювання знань студентів з модуля «PR у політичній сфері» відбувається у межах комплексного екзамену з дисципліни «PR – діяльність: PR у політичній сфері». Відповідно екзаменаційна оцінка складається з чотирьох компонентів.

Студенти з політичного PR виконують завдання, яке включає теоретичний і практичний компоненти, кожний з яких оцінюється по 10 балів.

**Критерії оцінювання завдання з Політичного PR:**

- глибоке знання теорії і практики політичного PR ;
- ґрунтовне знання термінологічного апарату політичного PR ;
- повнота і змістовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;



- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

## 6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

### Теоретичні питання:

1. Історичні передумови політичного PR.
2. Політичний PR в контексті політичних систем.
3. Особливості PR-діяльності в провідних політичних системах.
4. Модель політичної комунікації сучасного суспільства.
5. Різновиди, структура політичних комунікацій.
6. Психологія політичного PR.
7. PR-технології просування політичної інформації.
8. PR-технології «гасіння» політичної інформації.
9. Цільова аудиторія PR в політичній комунікації.
10. Політична медійна компанія.
11. Теорія «Порядку денного» в практиці PR.
12. Медійні ефекти: праймінг та фреймінг.
13. Вікно Овертона у політичному PR.
14. «Спіраль мовчання»: сутність теорії, її небезпеки.
15. Громадська думка: поняття, методи формування, способи впливу.
16. Закони впливу на громадську думку.
17. Політичний лоббізм: правила проведення.
18. Гендерний чинник у політичному PR.
19. Маніпуляція в політичному PR: поняття та типологія.
20. Засоби дискредитації конкурентів в політичному PR.
21. Політичний текст: функції та особливості створення.
22. Іміджевий політичний медіа текст.
23. Поняття виборчої кампанії.
24. Виборчі технології.
25. Принципи побудови виборчої кампанії.
26. Види цілей і ресурсів виборчої кампанії.
27. Стратегічне планування виборчої кампанії.
28. Тактичне планування виборчої кампанії.
29. Державний імідж як PR-стратегія.
30. Спін-доктор: поняття та обґрунтування діяльності.
31. PR у міжнародних відносинах.
32. Поняття іміджу у політиці. Способи і правила його побудови.
33. Іміджеві легенда в технології стратегічного іміджу.
34. Структура іміджу політика.
35. Характеристика стратегічного іміджу політика.
36. Міфологічна складова політичного іміджу.
37. Інтернет-технології у політичному PR.
38. Суспільно-політичні ЗМІ в політичному PR.

39. PR- подія: поняття та типологія.
40. Створення слоганів та гасел в політичному PR.
41. Спічрайтінг як частина політичного PR.
42. «Чорний піар» у політиці: поняття, інструменти, приклади.
43. Прийоми допустимої маніпуляції в політичному PR.
44. Медійні ефекти маніпулювання в політичному PR.
45. Політичні дебати як політ технологія.
46. Технології підготовки політика до виступу.
47. Основні принципи здійснення впливу у політичних промовах.
48. Медіа-план у політичному PR.
49. Смысловое позиціонування новин у політичному PR .
50. Інформаційний привід: поняття, фактори популяризації.

## ОРІЄНТОВНІ ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДО ІСПИТУ

### Варіант 1

Політичний лідер вже протягом кількох років не обирається у парламент і фактично є «політичним пенсіонером», але хоче повернутися на політичний Олімп. Ваші PR-поради по відновленню політичної впливовості забутого політика.

### Варіант 2

Порівняйте іміджеві легенди та передвиборчі ключові меседжі кандидатів в президенти США. Що, на Вашу думку, призвело до перемоги і стало причиною поразки?

#### 6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59



## 8. Рекомендовані джерела

### Основна література

1. Кочубей Л.О. PR у політичній сфері: Підручник. – ІПіЕНД ім. І.Ф.Кураса НАН України, 2013. – 472 с.
2. Почепцов Г. Паблік рілейшнз для професіоналов. – М.: «Рефл-бук», «Ваклер», 2000. – 624 с.
3. Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью: теория и практика: Учебное пособие. – Дело, 2003. – 496 с.
4. Ольшанский Д. Политический PR. – СПб; «Питер», 2003. – 544 с.
5. Ольшанский Д., Пеньков В. Политический консалтинг. – СПб; «Питер», 2005. – 448 с.
6. Бабак М. П. Використання комунікативних методів побудови політичного іміджу з ЗМІ // Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики, 2007. – 215 с.
7. Катлип С., Скотт М., Сентер А., Брум Г. Паблік рілейшнз: теория и практика. : Пер. С англ.. : Уч. пос. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2008. — 624 с.
8. Колесников В.Н., Семенов В.А. Политический менеджмент: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. Для бакалавров. — СПб. : Питер, 2013. — 336 с.
9. Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Пер. С англ.. — Х. : Изд-во «Гуманитарный Центр», 2010. – 310 с.

### Додаткова

1. Балабанова Л. В., Савельєва К.В. Паблік рілейшнз: Навч. Посіб. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008.
2. Блэк С. PR:Международная практика.-М.: ИД «Довгань», 1997.
3. Данильчук Л.А. Основы имиджа и этикета : Учебное пособие. – К. : Кондор, 2009.
4. Куліш А.Public Relation для громадських (недержавних) організацій: Практичні поради на щодень.-К., 2001.
5. Макиавелли Н. Государь. – СПб. : КРИСТАЛЛ. – 2001.
6. Матвейчев О. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. – М. : Эксмо. — 2008.
7. Моррис Дик. Конди и Хиллари. Пути восхождения к вершинам власти / Дик Моррис и Эйлин МакГэн ; Пер. С англ.. — М. ; Вершина, 2007. – 336 с.
8. PR современные технологии. Учебное пособие. – СПб. : ИВЭСЭП. – 2008. Шомова С. Политические шахматы. Паблік рілейшнз как интеллектуальная игра. – М.: «РИП-Холдинг», 2003. – 214 с.

9. PR: Современные технологии: Учебное пособие / под ред. Л.В. Володиной. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2008.
10. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика / Г.Г. Почепцов. – К.: Альтер-пресс, 2008. – 408 с.
11. Почепцов Г.Г. Стратегический анализ / Г.Г. Почепцов. – К.: Дзвін, 2004. – 333 с.
12. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. Инструментарий по управлению будущим / Г.Г. Почепцов. – М.: SMART BOOK, 2009. – 574 с.
13. Почепцов Г.Г. Інформаційна політика: [навчальний посібник] / Г.Г. Почепцов. – К.: «Знання», 2008. – 663 с.
14. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением / Г.Г. Почепцов. – М.: Центр, 1998. – 352 с.
15. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 1999. – 348 с.
16. Почепцов Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, 2000. – 576 с.

### Навчально-методична картка дисципліни

Разом: 90 год., з них: лекційні – 14 год., семінарські – 28 год., модульний контроль – 4 год., самостійна робота – 28 год., іспит – 30 год.

Тиждень	1	2	3	4	5	6	7
Модулі	Змістовий модуль I				Змістовий модуль II		
Назва модуля	ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ПОЛІТИЧНОМУ ЖИТТІ СУСПІЛЬСТВА				ПОЛІТИЧНА КАМПАНІЯ		
Кількість балів за модуль	93 бали				81 балів		
Лекції	Відвідування – 4 бали				Відвідування – 3 бали		
Теми лекцій	Політичний PR в системі політичних комунікацій. 1б.	Політичний PR в контексті політичної системи суспільства. 1б.	Політичний медійний менеджмент. - 1б.	Політичний PR і формування громадської думки. 1б.	Планування політичної кампанії. 1б.	Політична піар-подія. 1б.	PR політичного лідера 1б.
Відвідування семінарів	4 бали				3 бали		



<b>Теми семінар. занятя</b>	Основні поняття та категорії, інструментарій PR1+10б.	Персональні PR-комунікації+10б.	Керування PR подіями1+10б.	Ринок політичного консультування. 1+10б.	Технології поширення політичної інформації в Інтернеті1+10б.	Психологія політичного PR 1+10б.	Державний PR
<b>Самостій на робота</b>	5x4=20 б.				5x4=20 б.		
<b>Види поточного контролю</b>	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)				Модульна контрольна робота 2 (25 балів)		
<b>Всього</b>	174 бали за результатами поточної роботи студента						
<b>Підсумковий контроль</b>	<b>Іспит – 40 балів</b>						