

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
« 30 » 01 2020 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Теоретичні основи реклами та PR: Теорія PR

для студентів

спеціальності

061 Журналістика

освітнього рівня

першого (бакалаврського)

освітньої програми

061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Київ-2020

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти

Програма № 2938/20

(підпис) (прізвище, ініціали)
« » 20 20

Розробник:

Шевчук Зоя Володимирівна, кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Викладач:

Шевчук Зоя Володимирівна, кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю


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

Протокол № 6 від 27 грудня 2019 року

Завідувач кафедри  Л. М. Новохатько

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


27 12 2020 року

Гарант освітньо-професійної програми  Л. М. Новохатько

Робочу програму перевірено

_____ 2020 року

Заступник директора Інституту журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи  О. А. Росінська

Пролонговано

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № _____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	3/90	-
Курс	1	-
Семестр	2	-
Кількість змістових модулів з розподілом	3	-
Обсяг кредитів	3	-
Обсяг годин, в тому числі:	90	-
Аудиторні	42	-
Модульний контроль	6	-
Семестровий контроль	15	-
Самостійна робота	27	-
Форма семестрового контролю	частина комплексного іспиту	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Головною метою курсу є ознайомлення із специфікою PR як соціально-комунікативної технології.

Завдання навчального курсу:

- ✓ конкретизувати основні поняття в галузі зв'язків із громадськістю;
- ✓ сприяти поглибленому розумінню студентами закономірностей й особливостей процесу становлення зв'язків з громадськістю як самостійної науки;
- ✓ охарактеризувати основні етапи підготовки та реалізації PR-кампанії;
- ✓ осмислити організаційно-комунікаційні аспекти роботи сучасних PR-фахівців;
- ✓ проаналізувати сучасний стан, а також перспективи розвитку PR-бізнесу як в Україні, так і у світі.

Робота в центрі практичної підготовки Інституту журналістики - Центрі сучасних комунікацій.

3. Результати навчання за дисципліною

Внаслідок вивчення дисципліни студент повинен знати:

- ✓ об'єкт, предмет, структурну, функціональну характеристику, типології PR;

- ✓ основні поняття та терміни, що функціонують у галузі зв'язків із громадськістю;
- ✓ принципи і напрями організації PR-діяльності;
- ✓ актуальні тенденції та перспективи розвитку PR-бізнесу в умовах світових трансформацій.

Студент повинен **вміти**:

- ✓ користуватися понятійно-термінологічним інструментарієм, що є набутком як вітчизняної, так зарубіжної теорії та практики PR;
- ✓ планувати PR-кампанії;
- ✓ створювати базові PR-тексти;
- ✓ володіти навичками комунікаційної компетентності, переконливо та аргументовано відстоювати свою позицію.

У результаті вивчення курсу студенти набувають такі **компетентності**:

загальні:

- *ЗК-2. Критичне мислення.* Здатність критично оцінювати отриману інформацію, використання логіки і раціональних міркувань, повнота аргументації для оцінки ситуації і правильності обраного шляху розв'язання задачі з урахуванням контексту.
- *ЗК-5. Самоосвітня.* Здатність розвивати й підтримувати на якісному рівні професійну діяльність. Здатність до самостійної пізнавальної діяльності, самоорганізації та саморозвитку
- *ЗК-6. Емоційний інтелект та емоційна компетентність.* Усвідомлення власного емоційного стану, самоконтроль і саморегуляція самоосвітні.
- *ЗК-7. Міжособистісна взаємодія.* Готовність та здатність виконувати проекти у складі групи, брати на себе відповідальність за виконання спільних робіт.

фахові компетентності спеціалізації

- *ФК-2. Інформаційна.* Здатність створювати інформаційний продукт та ефективно його просувати.
- *ФК-3. Комунікативна.* Здатність до письмової та усної комунікації рідною мовою; здатність працювати в команді.

4. Тематичний план для денної форми навчання

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семінарських	Модульний контроль	Самос-тійна робота	Семестровий контроль
Змістовий модуль I. PR: сутність, ознаки, сфера впливу і обмеження									
1	Вступ. Особливості реалізації зв'язків з громадськістю в інформаційному суспільстві	8	4	2		2		4	
2	Вплив на громадськість: сутність, форми	11	6	2		4		5	
	Модульна контрольна робота	2					2		
	Разом	21	10	4		6	2	9	
Змістовий модуль II. PR-діяльність: управління та практика									
3	Управління PR: функції, інструменти, канали комунікації	11	8	2	4	2		3	
4	Кризовий PR: типи криз, профілактика, комунікаційні стратегії, методи та алгоритми подолання кризи	11	8	2	2	4		3	
5	PR-заходи: види, підготовка	11	8	2	2	4		3	
	Модульна контрольна робота	2					2		
	Разом	35	24	6	8	10	2	9	
Змістовий модуль III. PR-контент: види, функції, характеристики									
6	Внутрішні та зовнішні PR-тексти	11	6	2	2	2		5	
7	PR у соціальних мережах	6	2			2		4	
	Модульна контрольна робота	2					2		
	Разом	19	8	2	2	4	2	9	
	Семестровий контроль	15							15
	Разом за навчальним планом	90	42	12	10	20	6	27	15

5. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I.

PR: сутність, ознаки, сфера впливу і обмеження

Тема 1. Вступ. Особливості реалізації зв'язків з громадськістю в інформаційному суспільстві.

Мета курсу, предмет, завдання. Визначення «зв'язки з громадськістю». Мета, завдання та місце PR в структурі організації. Поняття громадськості та її поділ на групи, громадська думка та її вплив на діяльність організації. Інформаційне суспільство і роль зв'язків з громадськістю у ньому: специфіка, ознаки, тенденції розвитку. Роль, функції, завдання PR-фахівця в інформаційному суспільстві.

Тема 2. Вплив на громадськість: сутність, форми.

Визначення понять «вплив», «маніпуляція», «пропаганда». Симетрична та асиметрична моделі зв'язків з громадськістю. Цивілізований та маніпуляційний вплив: ознаки, відмінності, етична межа. Кодекси професійної етики PR-фахівця, саморегуляція галузі. Відмінність PR від реклами, маркетингу, продажів, пропаганди. Важливі професійні та особисті компетенції для ефективної діяльності PR-фахівця.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II.

PR-діяльність: управління та практика

Тема 3. Управління PR: функції, інструменти, канали комунікації.

Дослідження як інструмент формування PR-цілей. Планування PR-діяльності. Майстерність комунікації: спічрайтинг, ораторська майстерність, невербальна комунікація. Media relations. Основні PR-інструменти та канали комунікації. Аналітика в системі комунікацій, оцінка вартості іміджу.

Тема 4. Кризовий PR: типи криз, профілактика, комунікаційні стратегії, методи та алгоритми подолання кризи.

Визначення, профілактика криз, інструменти, карта ризиків, підготовка спікерів, робота зі ЗМІ та лідерами громадської думки. Специфіка «кризового реагування». Алгоритми і стратегії кризового реагування. Типології та класифікація зовнішніх комунікаційних стратегій кризового реагування. Роль внутрішніх комунікацій в кризовому реагуванні. Посткризова діяльність PR-фахівців, оцінка кризових комунікацій.

Тема 5. PR-заходи: види, підготовка.

Типологія PR-заходів. Інформаційні приводи для PR-заходів. Пресконференція, брифінг, круглий стіл, престур, пресклуб. Процедура відповідей на запитання журналістів. Презентація, виставка, інші спеціальні заходи. Основні вимоги до проведення PR-заходів. Підготовка іміджевих та інформаційних матеріалів для PR-

заходів (текст, фото, відео, VR, IR, мультимедіа).

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III.

PR-контент: види, функції, характеристики

Тема 6. Внутрішні та зовнішні PR-тексти.

Тексти для ЗМІ (пресреліз, колонка, стаття, інтерв'ю та ін.). Інформаційний привід. PR-тексти у внутрішніх і зовнішніх комунікаціях. Корпоративні видання. Місія та цінності як основа комунікацій.

Тема 7. PR у соціальних мережах.

Контент як ключовий елемент просування в соціальних мережах. Інструменти роботи (SEO, SMO, SMM) та інструменти просування. Типологія соціальних медіа. Особистий бренд.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	3	3	1	1
Відвідування семінарських занять	1	3	3	5	5	2	2
Відвідування практичного заняття	1	-	-	4	4	1	1
Робота на семінарському занятті	10	3	30	5	50	2	20
Робота на практичному занятті	10	-	-	4	40	1	10
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	3	15	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25
Разом			70		142		64
Максимальна кількість балів	276						
Розрахунок коефіцієнта		Розрахунок: $276:60=4,6$ Студент набрав: 259 балів Оцінка: $259:4,6 = 56$ балів					

6.2.Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль I.

Тема 1. Вступ. Особливості реалізації зв'язків з громадськістю в інформаційному суспільстві.

1. Знайти спільне і відмінне між зв'язками з громадськістю і рекламою; зв'язками з громадськістю і пропагандою (на вибір студента).
2. Підготувати доповідь (до 10 хв.) на тему «Виклики PR-діяльності в інформаційному суспільстві»; «Вплив глобалізаційних процесів на сферу комунікацій» (на вибір студента).

Тема 2. Вплив на громадськість: сутність, форми.

1. Проаналізувати структуру професійних кодексів, що функціонують у міжнародному середовищі зв'язків з громадськістю.
2. Знайти ризики неетичної поведінки PR-фахівця при використанні маніпулятивних технологій.

Змістовий модуль II.

Тема 3. Управління PR: функції, інструменти, канали комунікації.

1. Проаналізувати види ЗМІ та визначити: які види інформації про організацію можуть цікавити журналіста; як PR-фахівцю її правильно подавати.
2. Охарактеризувати типи повідомлень, які може надавати організації моніторинг ЗМІ.

Тема 4. Кризовий PR: типи криз, профілактика, комунікаційні стратегії, методи та алгоритми подолання кризи.

1. Розібратися в типології криз та виділити зони найбільших ризиків для організації.
2. Проаналізувати, які помилки найбільш поширені в антикризових комунікаціях, зазначити, як їх запобігти.

Тема 5. PR-заходи: види, підготовка.

1. Сформулювати відмінності PR-заходів для ЗМІ та PR-заходів для інших аудиторій.
2. Проаналізувати правила проведення пресконференції та поведінки спікера

Змістовий модуль III

Тема 6. Внутрішні та зовнішні PR-тексти.

1. Продумати рубрики для внутрішнього ЗМІ організації, скласти приблизний контент-план на 2 місяці.

Тема 7. PR у соціальних мережах.

2. Скласти план просування особистого бренду.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

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 таких критеріїв оцінювання:

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

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем робочій програмі. *Форми* модульного контролю передбачають систематизацію лекційного матеріалу та вирішення творчих комунікативних завдань.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 2, виконання кожної роботи є обов'язковим.

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань. Правильне виконання всіх завдань оцінюється максимально у 25 балів.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, практичних, виконання самостійної роботи, модульні контрольні роботи. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі комплексного іспиту «Теоретичні основи реклами та PR».

6.5. 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

7. Рекомендовані джерела

Основна (базова):

1. Алешина И.В. Паблік Рилейшинз для менеджерів: Учебник. - М.: ИКФ "ЭКМОС", 2002. - 480 с.
2. Зубарева М. Прикладні антикризові PR-технології : навчальний посібник. – Острого: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. – 162 с.
3. Казанжи З. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади. – К., 2016.
4. Куберский А. Я - оратор! Учебник для всех, кто выступает на публике. Искусство выступать перед аудиторией. - М., 2014. - 249 с. (С.110-114, 184-187).
5. Мойсеев В.А. Паблік рілейшинз - К. : Академвидав (Альма-матер), 2007.
6. Стернин И.А. Практическая риторика в объяснениях и упражнениях для тех, кто хочет научиться говорить. - Воронеж: «Истоки», 2011. (С. 49-54, 78-80).
7. Почепцов Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М.: Рефл-бук, 2009.
8. Семёнова Л.Н. Технология самопрезентации: учебно-методический комплекс / Л.М. Семёнова: под ред. К.В. Киуру. - Челябинск: Из-во ЮУрГУ. - 2005. - 54 с.
9. Файншмидт Е. А. Антикризисный PR : учеб. пособ. / Е. А. Файншмидт, Т. В. Юрьева, Б. В. Кузнецов. – М. : 2013.
10. Федотова М. Г. Связи с общественностью как антикризисный менеджмент : учеб. пособ. / М. Г. Федотова. – Омск : Изд. ОмГТУ, 2009. – 64 с.

8. Навчально-методична карта дисципліни «Теоретичні основи реклами та PR: Теорія PR»

Разом: 60 годин., лекції — 12 год., практичні заняття — 10 год., семінарські заняття — 20 год., самостійна робота — 27 год., МК — 6 год., семестровий контроль — 15 год.

Модулі	Змістовий модуль I		Змістовий модуль II		Змістовий модуль III
Назва модуля	PR: сутність, ознаки, сфера впливу і обмеження		PR-діяльність: управління та практика		PR-контент: види, функції, характеристики
К-ть балів за модуль	70		142		64
Лекції	2 б.		2 б.		1 б.
Теми лекцій	Вступ. Особливості реалізації зв'язків з громадськістю в інформаційному суспільстві	Вплив на громадськість: сутність, форми	Управління PR: функції, інструменти, канали комунікації	Кризовий PR: типи криз, профілактика, комунікаційні стратегії, методи та алгоритми подолання кризи	Внутрішні та зовнішні PR-тексти PR у соціальних мережах
Теми практичних занять			Управління PR: функції, інструменти, канали комунікації	Кризовий PR: типи криз, профілактика, комунікаційні стратегії, методи та алгоритми подолання кризи	Внутрішні та зовнішні PR-тексти PR у соціальних мережах
Робота на практичних			2+20 б	1+10 б	1+10 б
Теми семінарських занять	Вступ. Особливості реалізації зв'язків з громадськістю в інформаційному суспільстві	Вплив на громадськість: сутність, форми	Управління PR: функції, інструменти, канали комунікації	Кризовий PR: типи криз, профілактика, комунікаційні стратегії, методи та алгоритми подолання кризи	Внутрішні та зовнішні PR-тексти PR у соціальних мережах
Робота на семінарських	1+10 б	2+20 б	1+10 б	4+40 б	1+10 б
Самостійна робота	5x2=10 б.		5x3=15 б.		5x1=5 б.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.		Модульна контрольна робота 2 – 25 б.		Модульна контрольна робота 3 – 25 б.