

Київський університет імені Бориса Грінченка

Факультету журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

2023 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Практики комерційної комунікаційної діяльності: Медіарілейшнз

для студентів

спеціальності	061 «Журналістика»
рівня вищої освіти	другого (магістерського)
освітньої програми	061.00.04 «Медіа-комунікації»

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

Програма № 3450/23
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціал)

« » 2023 р.

Київ-2023

Розробник:

Баранова Катерина Олександрівна, старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю факультету журналістики Університету Грінченка

Викладач:

Баранова Катерина Олександрівна, старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю факультету журналістики Університету Грінченка


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

Протокол від 07 лютого 2023 року № 8

Завідувач кафедри  Л. М. Новохатько

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

_____ 2023 року

Гарант освітньо-професійної програми  І.В.Погребняк

Робочу програму перевірено

_____ 2023 р.

Заступник декана факультету журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи  В.Є.Сошинська

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	вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	-	2/60
Курс	-	1
Семестр	-	2
Кількість змістових модулів з розподілом	-	2
Обсяг кредитів	-	2
Обсяг годин, в тому числі:	-	-
Аудиторні	-	8
Модульний контроль	-	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	-	52
Форма семестрового контролю		екзамен

2. Мета і завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни «Практики комерційної комунікаційної діяльності: Медіарілейшнз» - ознайомити студентів із механізмами взаємовідносин компаній зі ЗМІ з метою інформування громадськості.

Завданнями дисципліни є:

- розвивати *спеціальні (фахові) компетентності*:
 - ФК-1 Розуміти роль журналістики в суспільстві. Здатність розуміти особливості суспільних процесів; мати знання з правових та етичних засад журналістики; володіти процесами журналістської діяльності; визначати роль медіаструктур у формуванні сучасного комунікаційного простору, виявляти небезпеки певних комунікаційних впливів для особистості, соціальної групи, країни;
 - ФК-2 Знаходити відповідні теми та ракурси, враховуючи поточні події та контекст. Здатність знаходитись у контексті подій; уміння здійснювати моніторингову діяльність; знати характеристики різних ЗМІ; здатність створення матеріалів на основі аналізу потреб медіаринку.
 - ФК-3 Організовувати та планувати журналістську роботу. Здатність до планування медіапроцесу; дотримуватись часових вимог до подачі матеріалу (дедлайн); працювати у нестандартних умовах, непередбачуваних ситуаціях; уміти налагодити комунікацію у різних соціальних групах; дотримуватись бюджету.
 - ФК-5 Виявляти основну/необхідну інформацію. Здатність до виокремлення новини (факту); володіння інструментарієм перевірки інформації; здатність до вибору інформації на основі релевантності;

вміти створювати матеріал для різних медіаплатформ; вміти інтерпретувати контент.

- ФК-6 Подавати інформацію у відповідній журналістській формі. Володіння комунікативними навичками (висока мовна компетенція); володіння навичками візуальної комунікації; володіння навичками створення текстів у різних жанрах; вміти поєднувати візуальні та текстуальні контенти; використання сучасних інформаційних технологій; розробляти ідеї та технології створення конвергентного інформаційного продукту на основі сучасних технологій.
- ФК-7 Нести відповідальність за результати журналістської роботи (критична оцінка діяльності). Мати чітке уявлення про якість журналістського матеріалу; здатність до критичної оцінки власної роботи; здатність до сприйняття конструктивної критики власної роботи; здатність нести відповідальність рішення прийняті в ході журналістської діяльності; здатність нести відповідальність за результат журналістської діяльності (медіавпливи).
- ФК-8 Вміти працювати у команді. Володіти соціальними навичками; бути відповідальним та надійним; вміти переконливо подати власну думку; вміти знаходити рішення; розуміти права та обов'язки в редакційному колективі; виконувати професійну функцію у колективі.

3. Результати навчання за дисципліною.

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких *програмних результатів за ОПІ 061.00.04 «Медіа-комунікації»*:

ПРН-7 В умовах виробничої діяльності на основі знань уміти знаходити переконливі аргументи для кожного виду суспільного середовища.

ПРН-9 В умовах виробничої діяльності на основі розуміння соціальної дійсності та управлінської діяльності, знань форм та механізмів управління різноманітними явищами та процесами уміти знаходити оптимальні рішення у процесі виробництва медійного продукту;

ПРН-13 Здатність до системного мислення у професійній журналістській діяльності.

ПРН-14 В умовах професійної діяльності на основі знань створювати власні матеріали відповідно до потреб різних видів мас-медіа, ефективно використовувати журналістські методики подачі інформації.

ПРН-15 В умовах виробничої діяльності виявляти високу адаптивність до змін професійного середовища, мобілізувати інтелектуальні та духовні можливості для самостійного засвоєння нових знань, прогресивних технологій та інновацій, оновлювати власні професійні компетенції з урахуванням інформаційних потреб аудиторії, що домінуватимуть у перспективі.

ПРН-16 На основі здобутих знань вміти аналізувати різні види медійних продуктів, фігурувати в консультативній, експертній та інших ролях.

ПРН-18 На основі здобутих знань вміти організовувати роботу редакції в різних типах ЗМІ; володіти технологіями редагування текстів для друкованих ЗМІ, телеэфірів, вебсайтів; управляти контентом соціальних мереж.

4. Структура навчальної дисципліни.

4.1. Тематичний план для заочної форми навчання

№ п/ п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин					
		Разом	Аудиторних	Лекцій	практичні	Самост. робота	Підсумковий
МОДУЛЬ I. Медіарілейшнз в системі інформаційних відносин							
1.	Вступ до навчальної дисципліни. Мета, завдання та принципи медіарілейшнз.	14	2	2		12	
2.	Організаційні засади медіарілейшнз	16	2		2	14	
	Разом	30	4	2	2	26	
МОДУЛЬ II. Технологічні аспекти медіарілейшнз							
3.	Форми та методи медіарілейшнз	14	2	2		12	
4.	Формування медіа-зв'язків при організації та проведенні офіційних та ділових івентів. Інформаційні продукти медіарілейшнз.	16	2		2	14	
	Разом	30	4	2	2	26	
	Разом за навчальним планом	60	8	4	4	52	

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ I. Медіарілейшнз в системі інформаційних відносин

Тема 1. Вступ до навчальної дисципліни. Мета, завдання та принципи медіарілейшнз.

ЗМІ як партнер компанії при вирішенні її стратегічних завдань. Просування послуг та продукції

Участь ЗМІ у формуванні громадської підтримки та громадської думки про організацію. Формування позитивної репутації. Підвищення впізнаваності.

Завдання медіарілейшнз. Виробництво інформації. Цільова аудиторія (масова та спеціалізована).

Принципи медіарілейшнз. Принцип довіри. Принцип достовірності інформації. Принцип двостороннього дотримання інтересів.

Тема 2. Організаційні засади медіарілейшнз

PR-відділ. Пресслужба. Пресцентр. Відділ комунікацій (з громадськістю, з пресою)

Становлення пресслужб в Україні. Передумови виникнення пресслужб в Україні. Історія розвитку пресслужб органів державної влади. Історія розвитку пресслужб у бізнес-структурах. Історія розвитку пресслужб у некомерційних організаціях. Діяльність пресслужб у суспільстві.

Структура пресслужби та кадровий склад. Завдання та функції керівника пресслужби. Статус пресекретаря. Принципи роботи пресекретаря та речника Основні напрями діяльності пресекретаря. Функції пресекретаря. Принципи діяльності пресслужб: демократичність та відкритість (транспарентність); законність та відповідальність; надійність та достовірність; оперативність та актуальність. Функції пресслужб: інформаційно-роз'яснювальна; представницька, комунікативно-регулятивна; реагувальна, упереджувальна. Цілі інформаційної структури.

Законодавча база функціонування пресслужб. Роль пресслужби в забезпеченні права журналістів на пошук і доступ до інформації. Пресслужба та інформація з обмеженим доступом.

МОДУЛЬ II. Технологічні аспекти медіарілейшнз

Тема 3. Форми та методи медіарілейшнз

Правила взаємодії компанії із засобами масової інформації. Акредитація ЗМІ.

Алгоритм планування офіційних та ділових івентів із участю ЗМІ. Стратегічне планування. Постановка цілей і завдань (які цілі стоять перед заходом, що організовується), визначення цільової аудиторії заходу, визначення часу проведення заходу, фактори, які впливають на визначення часу і терміну, визначення бюджету заходу, персонал, який обслуговуватиме захід.

Правила та норми проведення офіційних та ділових івентів. Діловий протокол. Врахування культурних особливостей партнерів. Офіційна мова. Підготовки документів для проведення офіційних івентів. Діловий протокол. Сценарний план, порядок денний, протокол заходу. Матеріали до обговорення і підсумкові документи зустрічі. Підготовка презентаційних матеріалів. Складові інформаційного супроводу. Підготовка інформаційних матеріалів. Анонсування подій.

Прес-конференції. Екскурсії на об'єкти. Презентації. Екскурсії по об'єктах компанії. Прес-ланчі. Організація присутності журналістів на планових заходах (засідання правління, конференції). Спеціальні події (свята, мітинги).

Круглий стіл як форма публічного обговорення. Практичні аспекти підготовки, планування та реалізація на прикладі організації круглого столу за участю студентів групи в приміщенні Київської міської державної адміністрації.

Тема 4. Формування медіа-зв'язків при організації та проведенні офіційних та ділових івентів. Інформаційні продукти медіарілейшнз.

Інформаційне партнерство. Інформаційне спонсорство.

Прес-пул. Роздаткові матеріали – прескіт, пресреліз, довідка для ЗМІ, бекграундер. Чек-лист. Електронна розсилка. Пресреліз як складова інформаційного супроводу офіційного та ділового івенту. Технології написання пресрелізу. Пост-реліз.

Факт-лист. Офіційне, ділове призначення факт-листа. Біографія як жанр PR-тексту, що надає фактичну інформацію про особу.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1
Відвідування практичного заняття	1	1	1	1	1
Робота на практичному занятті	10	1	10	1	10
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	6	30
Разом:			22		42
Максимальна кількість балів			64		
Розрахунок коефіцієнта			64 : 60=1,06		

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

МОДУЛЬ І.

1. Підібрати приклади різних структур, які займається медіа-рілейшнз, проаналізувати їхню діяльність та визначити найактивніші напрямки роботи (PR-відділ. пресслужба. пресцентр. відділ комунікацій з громадськістю, з пресою).
2. Написати проект Посадової інструкції пресекретаря для урядової установи або комерційної організації, розкрити функціонал.

МОДУЛЬ ІІ.

1. Надати зразок пресрелізу організації на вибір. Проаналізувати допущені мовні помилки у пресрелізі. Проаналізувати помилки щодо його структури.

2. Скласти чек-лист речей, які необхідно мати з собою, для організаторів офіційних та ділових івентів.
3. Скласти факт-лист організації.
4. Скласти факт-лист події.
5. Запропонувати концепцію одного із івентів із запрошенням ЗМІ. Скласти план його проведення.
6. Скласти пресанонс на одну із подій (на вибір студента).

6.3. Критерії оцінювання самостійної роботи

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «**Практики комерційної комунікаційної діяльності: Медіарілейшнз**» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок.

Критерії оцінювання відповіді:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.4 Форми проведення семестрового контролю та критерії їх оцінювання

Підсумкове оцінювання знань студентів з дисципліни «**Практики комерційної комунікаційної діяльності: Медіарілейшнз**» відбувається на іспиті, з урахуванням зароблених можливих 60 балів протягом семестру та балів на іспиті.

Форма проведення семестрового контролю – іспит.

6.4. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Схарактеризуйте завдання медіарілейшнз.
2. Опишіть участь ЗМІ у формуванні громадської підтримки та громадської думки про організацію.
3. Поясніть принципи медіарілейшнз.
4. Охарактеризуйте завдання медіарілейшнз.
5. Поясніть, коли і з якою метою необхідно залучати ЗМІ до діяльності компанії.
6. Опишіть формати взаємодії компанії із ЗМІ .
7. Охарактеризуйте алгоритм планування офіційних та ділових івентів із участю ЗМІ.
8. Наведіть перелік можливих відділів, які займаються організацією взаємодії із пресою.
9. Розкрийте структурні елементи пресслужби та кадровий склад.
10. Поясніть завдання та функції керівника пресслужби.
11. Статус прессекретаря та його принципи роботи. Які функції виконує
12. Поясніть призначення пресанонсу, правила його складання.
13. Поясніть призначення пресрелізу, правила його складання.
14. Поясніть призначення факт-листа, правила його складання.

15. Організація присутності журналістів на планових заходах (засідання правління, конференції).
16. Круглий стіл як форма публічного обговорення. Участь ЗМІ.
17. Організація пресконференції: опишіть вимоги та визначте можливі проблеми.
18. Спеціальні події для висвітлення у пресі. Запропонуйте перелік і визначте характер взаємодії з пресою.

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

7. Навчально-методична картка дисципліни

Разом: 60 год., з них: лекційні – 4 год., практичні – 4 год., самостійна робота – 52 год.

Модулі	модуль I	модуль II.
Кількість балів	22	42
Теми лекцій	Лекція 1 Вступ до навчальної дисципліни. Мета, завдання та принципи медіарілейшнз. -1 б.	Лекція 2 Форми та методи медіарілейшнз 1 б
Теми практичних занять	Практичне 1. Організаційні засади медіарілейшнз 10+1 б	Практичне 2. Формування медіа-зв'язків при організації та проведенні офіційних та ділових івентів. Інформаційні продукти медіарілейшнз 10+1 б
Самостійна робота	2 x 5 балів	6 x 5 балів
Підсум. контроль	Іспит	

8. Рекомендовані джерела

Основна

1. Гарматюк О. В. Паблік рилейшнз: навчально-методичний посібник / МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань : Візаві, 2019. 248 с. URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/123456789/12577/1/Pablik%20Rileishn.pdf> (дата звернення: 22.01.2023).
2. Іванов В. Ф., Дудко О. С. Журналістика в піарі та піар у журналістиці : навч. посіб. Київ : Грамота, 2010. 288 с.
3. Іванов, В. Ф. Міжнародна журналістика. Міжнародний піар : навч. посіб. Київ : Освіта України, 2011. 288 с.
4. Казанки З. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади. Київ. 2016. 82 с.
5. Куліш А. Public Relation для громадських (недержавних) організацій: Практичні поради на щодень. Київ, 2001.
6. Організація роботи прес-служб : навч. посіб. / Білан Н. І., Нетреба М.М. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2015. 304 с.
7. Стельмахова О. Піаритися не можна зупинитися. Розумна книга про PR та медіа в Україні. Ужгород : «Ліра-Плюс». 2019. 196 с.
8. Холод О. М. Комунікаційні технології. Київ : Центр навчальної літератури (ЦУЛ), 2016. 212 с.

9. Чубук О. Л. Організація роботи прес-служби : навчально-методичний посібник (для студентів денної форми навчання) ; Національний університет «Одеська юридична академія». Одеса : НУ "ОЮА", 2020. 52 с.

Додаткова

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рілейшнз: монографія. Київ : МАУП, 2005. 440 с.
2. Королько В.Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика. Київ : Видавничий дім «Скарби», 2001. 400 с.
3. Шевчук С. П. Управління сучасним офісом. Київ : ЦУЛ, 2017. 184 с.
4. Jordan, Martha. "How to Write Perfect Press Releases: Grow Your Business with Free Media Coverage." (2016): 68-69.
5. Leinemann, Ralf, and Elena Baikaltseva. *How to manage a successful press conference*. Routledge, 2017.