

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю



“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
О.Б. Жильцов
О.Б. Жильцов
2016 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Університетські студії

освітній рівень перший (бакалаврський)

спеціальність 061 Журналістика

освітня програма: реклама і зв'язки з громадськістю

Інститут журналістики

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02130554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти

Програма № 1441
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)

« » 20 16

2016 – 2017 навчальний рік

Робоча програма блоку навчальних дисциплін «Університетські студії» для студентів освітнього рівня «Перший (бакалаврський)» за спеціальністю 061 «Журналістика», галузі знань 06 «Журналістика», освітньої програми «Журналістика за видами», 2016 року – 66 с.

Розробники: **Новохатько Л.М.**, докт. історичних наук, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю; **Горбенко Г.В.**, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри реклами і зв'язків з громадськістю;

Блофастова Т.Ю., кандидат педагогічних наук, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю; **Поліщук Т.І.**, викладач кафедри видавничої справи.

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

Протокол від " 31" серпня 2016 року №1

Завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю


(підпис) _____ (Новохатько Л.М.)
(прізвище та ініціали)

Години відповідають робочому навчальному плану

Заступник директора з науково-методичної та навчальної роботи


(підпис) _____ (Росінська О.А.)
(прізвище та ініціали)

© КУБГ, 2016 рік
© Новохатько Л.М., 2016 рік
© Горбенко Г.В., 2016 рік
© Блофастова Т.Ю., 2016 рік
© Поліщук Т.І., 2016 рік

ЗМІСТ

I.	Пояснювальна записка.....	4
II.	Структура програми блоку навчальних дисциплін.....	10
	«Університетські студії».....	10
III.	Опис предмета навчальної дисципліни.....	10
IV.	Тематичний план блоку навчальних дисциплін.....	11
	«Університетські студії»	11
V.	Програма блоку дисциплін «Університетські студії»	16
VI.	Програма змістового модуля «Я – студент»	16
VII.	Програма змістового модуля «Лідерство служіння»	17
VIII.	Програма змістового модуля «Основи реклами»	18
IX.	Програма змістового модуля «Основи PR».....	19
X.	Програма змістового модуля «Ораторське мистецтво».....	20
XI.	Навчально-методична карта дисциплін.....	31
XII.	Плани семінарських занять.....	36
XIII.	Завдання для самостійної роботи.	
	Кarti самостійної роботи студента	47
XIV.	Система поточного та підсумкового контролю.....	52
XV.	Методи навчання.....	56
XVI.	Методичне забезпечення курсу.....	56
XVII.	Питання до курсу.....	56
XVIII.	Рекомендована література	59

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни «Університетські студії» є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, який розроблено кафедрою реклами та зв'язків з громадськістю на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів відповідно до навчального плану для цієї спеціальності денної форми навчання, орієнтованого на формування загальних і фахових компетентностей випускника.

«Університетські студії» покликані сприяти адаптації першокурсників до умов навчання у вищому закладі освіти, свідомому й активному їх включенню до самостійної навчальної, наукової, соціо-культурної діяльності.

Метою вивчення пропедевтичного курсу «Університетські студії» є теоретичне знайомство бакалаврів напряму видавнича справа та редагування, майбутніх видавців та редакторів з обраною спеціальністю, її місцем у суспільному житті; підготовка студентів до навчального процесу загалом і свідомого сприйняття фахових дисциплін видавничого та редакторського циклу зокрема; практичне оволодіння ключовими методиками, які сприяють адаптації першокурсника до системної навчальної діяльності.

Перспективним завданням курсу є розкриття перед студентами перспективи і шляхів оволодіння професійною діяльністю видавця та редактора, формування засад лідерства служіння як чинника майбутньої успішної навчальної та професійної діяльності.

Програма вивчення нормативної дисципліни «Університетські студії» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки студентів ОКР «бакалавр» й орієнтована на формування загальних і ключових фахових компетентностей випускника.

Курс «Університетські студії» складається з п'яти змістових модулів – навчальних дисциплін «**Я – студент**», «**Лідерство служіння**», «**Основи реклами**», «**Основи PR**» та «**Ораторське мистецтво**».

Програма кожного змістового модуля конкретизує обсяги знань, які мають опанувати студенти відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу блоку дисциплін «Університетські студії», необхідне методичне забезпечення, складові й критерії оцінювання навчальних досягнень студентів.

Вивчення студентами навчальної дисципліни «Університетські студії» завершується підсумковим контролем – заліком за результатами засвоєння всіх чотирьох змістових модулів – «Я – студент», «Лідерство служіння», «Основи реклами», «Основи PR» та «Ораторське мистецтво».

Метою змістового модуля «**Я – студент**» є допомога студентам увійти в нове для них навчальне середовище Університету, подолати організаційні труднощі першого року навчання, розкрити свої найкращі якості та бути лідером. Висвітлено етапи становлення ідеї Університету; життєвий та творчий шлях Б. Д. Грінченка, чие ім'я носить Університет; історію розвитку

навчального закладу; подано відомості про організацію системи навчання, портал Університету, студентську групу; розглядаються методи і прийоми роботи з інформацією.

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення змістового модуля «**Я – студент**» у межах «Університетських студій», становить 30 год. (1 кредит ECTS). Із них 8 год. – лекції, 6 год. – семінарські заняття, 2 год. – модульний контроль, 14 год. – самостійна робота студентів.

Модуль «Лідерство служіння» присвячений вивченню теоретичних засад лідерства служіння, огляду інших теорій лідерства, практичному формуванню лідерських якостей. Зміст цієї частини курсу «Університетські студії» спрямований на опанування основних навичок лідера: вміння слухати, працювати в команді, створювати атмосферу щирості та довіри та ін. Під час опанування дисципліни студентам пропонується критично поглянути на чинні моделі лідерства, визначити основні недоліки традиційних систем управління та проаналізувати основні принципи діяльності лідера, який служить людині, громаді, суспільству. У межах курсу роз'яснюються основні цінності та принципи лідерства служіння, стратегії розв'язання конфліктів, особливості роботи в команді.

Метою змістового модуля «Лідерство служіння» формування у студентів соціальної відповідальності та системи спеціальних знань у галузі лідерства, розуміння концептуальних основ лідерства служіння; набуття умінь, необхідних для лідера, розвиток лідерських якостей.

Основними **завданнями** вивчення модуля «Лідерство служіння» як частини курсу «Університетські студії»є:

- ознайомити студентів з лідерством-служінням та його основними принципами;
- розвинути лідерські якості студентів (комунікативні, організаційні, креативність та ін.);
- навчити використовувати принципи лідерства служіння у щоденній діяльності.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- основні теорії та концепції лідерства;
- принципи лідерства-служіння;
- поняття «активне слухання», «емоційний інтелект», «конфлікт» та ін.
- види ролей в команді;

вміти:

- використовувати принципи служіння;
- розв'язувати конфлікти з позицій лідерства служіння;
- використовувати засоби мотивації;

створювати команду та працювати в команді.

Змістовий модуль «**Лідерство служіння**» є практично спрямованим та має сформувані у студентів лідерські уміння та навички, а також розвинути їх лідерські якості, тому найкращою формою навчання для реалізації даної мети є тренінгові форма навчання. Під час тренінгових занять студенти мають змогу бути активним учасником процесу засвоєння знань та творчо взаємодіяти з групою, тренером та з кожним з учасників. Тренінг як форма навчання спрямований насамперед на те, щоб максимально використати потенціал, знання і досвід кожного учасника і за допомогою спеціальних прийомів створити феномен «групового навчання».

Основними формами роботи є: тренінгові вправи та ігри; мозковий штурм; обговорення та дискусії; перегляд відео та аналіз статей та уривків з літературних творів.

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення змістового модуля «**Лідерство служіння**» у межах «Університетських студій», становить 30 год. (1 кредит ECTS). Із них 14 год. – практичні заняття, які є практичними тренінговими заняттями, 2 год. – модульний контроль, 14 год. – самостійна робота студентів. Проходження даного курсу є допуском до заліку.

«**Основи реклами**» є частиною блоку «Університетські студії».

Мета курсу – засвоєння студентами теоретичних основ рекламної та PR-діяльності, а також формування у студентів практичних умінь та навичок.

Вивчення курсу «*Основи реклами*» передбачає вирішення **наступних завдань**:

1. Сформувані світогляд майбутніх спеціалістів шляхом засвоєння ними певного об'єму історичних та сучасних знань про рекламу ;
2. Показати яким чином реклама і зв'язків з громадськістю, як форми соціальних комунікацій, по мірі свого розвитку стають формуючими факторами культурного та суспільного життя.
3. Досягти розуміння студентами процесів, що характеризують сучасні світові ринки реклами та її перспектив;
4. Визначити місце та роль української реклами у світовому рекламному просторі.

В результаті відвідування дисципліни «Історія реклами» студентом мають бути **набуті наступні компетентності**:

- **Світоглядну** (здатність аналізувати й оцінювати суспільні явища і процеси)
- **Самоосвітню** (спроможність аналізувати, систематизувати й використовувати у професійній сфері наукову та навчально-методичну інформацію; готовність до навчання упродовж життя; здатність до самостійного поглиблення й оновлення знань, самоорганізації, рефлексії, самокоригування, професійного самовдосконалення);

- **Комунікативну** (здатність до письмової та усної комунікації рідною мовою; культура мовлення; здатність працювати в команді; здатність до пояснення й переконання; сформованість власного стилю спілкування; вільне оперування засобами невербальної комунікації (знакові системи, зовнішність, міміка, жести, манера поведінки тощо); культура мовлення, комунікабельність, толерантність, артистичність; здатність до публічної діяльності).

Для засвоєння змістового модуля «**Основи реклами**» у межах блоку «**Університетські студії**» навчальним планом підготовки бакалаврів передбачено 1 кредит, що становить 30 год., із них 8 год. – лекції, 6 год. – семінарські заняття, 14 год. – самостійна робота, 2 год. – модульний контроль.

Змістовий модуль «Основи 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 типологію зв'язків з громадськістю;
- Ознайомитися з функціями та посадовими обов'язками спеціаліста «менеджер паблік рилейшнз»;
- Дослідити тенденцій ринку зв'язків з громадськістю;
- Ознайомитися з базовими складовими частинами та структурою комунікаційного процесу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати: основні поняття, тлумачення і терміни паблік рилейшнз; принципи, функції і завдання PR; типи, категорії, види PR та їх форми та жанри; регулювання зв'язків з громадськістю; ринок зв'язків з громадськістю; вміти: формувати ефективні PR-комунікації; застосовувати види, форми реклами та PR для просування певних ринкових об'єктів; виконувати посадові функції менеджерів зв'язків з громадськістю.

У процесі опанування курсу студенти

набувають наступні загальні компетентності.

Світоглядна компетентність:

- сформованість світогляду, переконань, уподобань, поглядів щодо суспільного буття та місця особистості в мінливому світі;
- здатність аналізувати й оцінювати суспільні явища і процеси;
- розуміння та дотримання морально-етичних норм і цінностей, сформованість загальної культури, морально-етичних якостей.

Громадянська компетентність:

- розуміння прав і фундаментальних свобод людини;
- здатність до демократичного спілкування та громадянської толерантності;
- вміння критично оцінювати і розв'язувати політичні, соціальні, культурні й ідеологічні проблеми;
- дотримання чеснот (норм, настанов, цінностей) громадянина демократичного суспільства;
- сформованість активної громадянської позиції.

Самоосвітня компетентність:

- здатність застосовувати традиційні та сучасні інформаційні технології з метою формування науково-професійного тезаурусу;
- спроможність аналізувати, систематизувати й використовувати у професійній сфері наукову та навчально-методичну інформацію;
- готовність до навчання упродовж життя;

здатність до самостійного поглиблення й оновлення знань, самоорганізації, рефлексії, самокоригування, професійного самовдосконалення.

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 30 год., із них 8 год. – лекції, 6 год. – семінарські заняття, 14 год. – самостійна робота, 2 год. – модульний контроль.

«Ораторське мистецтво» є частиною блоку «Університетські студії».

Мета дисципліни – надати студентам знання з основ класичної та сучасної риторики, сформувані навички ораторської майстерності, сприяти формуванню комунікативної компетентності особистості. Відповідно до мети перед студентами постають такі **завдання**:

- засвоїти теоретичні знання, що складають зміст, основні поняття даної дисципліни, її місце та роль в системі інших наук;
- оволодіти раціональною та ефективною технологією підготовки і результативною технікою виголошення публічних промов з урахуванням особливостей спілкування в умовах майбутньої професійної діяльності;
- виробити критичне ставлення до власного мовлення і потребу постійно удосконалювати власну риторичну майстерність;
- усвідомити суспільне значення ораторської діяльності і відповідальність оратора за свою мовленнєву поведінку.

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 60 год., із них 14 год. – лекції, 14 год. – практичні заняття, 28 год. – самостійна робота, 4 год. – модульний контроль.

Міжпредметні зв'язки. Курс *«Університетські студії»* пов'язаний з такими курсами як педагогіка, загальна психологія; залучає поняття філософії, естетики; навчальна складова курсу *«Університетські студії»* готує студентів до засвоєння дисциплін *«Комунікаційні стратегії»*, *«Копірайтинг і креатив»*.

Блок навчальних дисциплін «Університетські студії» розрахований на 6 кредитів ECTS. Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 180 год., із них 38 год. – лекції, 46 год. – практичні заняття, 84 год. – самостійна робота, 12 год. – модульні контрольні роботи. Форма контролю – залік.

**II. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ БЛОКУ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН
“УНІВЕРСИТЕТСЬКІ СТУДІЇ”**

III. ОПИС ПРЕДМЕТА БЛОКУ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН

Предмет: адаптація студента до умов діяльності університету;
феномен університету та університетської освіти, їх
культурно-історичне покликання, основи рекламної та PR діяльності

Курс:	Напрямок, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
<p>Кількість кредитів, відповідних ECTS: 6 <i>кредити</i></p> <p>Змістових модулів: <i>Я – студент – 1 кредит (30 год.);</i> <i>Лідерство служіння – 1 кредит (30 год.);</i> <i>Основи реклами – 1 кредит (30 год.);</i> <i>Основи PR – 1 кредит (30 год.);</i> <i>Ораторське мистецтво – 2 кредити (60 год.)</i> Загальна кількість годин: 180</p> <p>Тижневих годин: 4</p>	<p>Шифр та назва галузі знань <i>06 "Журналістика"</i></p> <p>Шифр та назва спеціальності: <i>061 «Журналістика»</i></p> <p>Освітній рівень <i>"Перший (бакалаврський)"</i></p>	<p>Нормативна</p> <p>Рік підготовки: 1. Семестр: 1. Аудиторні заняття: 84 <i>годин</i>, з них: Лекції (теоретична підготовка): 38 <i>години</i> Семінарські заняття: 46 <i>годин</i> Модульні контрольні роботи: 12 <i>годин</i> Самостійна робота: 84 <i>годин</i></p> <p>Вид контролю: <i>комплексний іспит</i></p>

**IV. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН МОДУЛІВ БЛОКУ НАВЧАЛЬНИХ
ДИСЦИПЛІН «УНІВЕРСИТЕТСЬКІ СТУДІЇ»**

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН МОДУЛЯ «Я - СТУДЕНТ»

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин						
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семинарських	робота Самостійна	контроль Підсумковий
Змістовий модуль І. Я – студент								
1	Мій Університет	2	2	2				
2	Я – студент-грінченківець	6	2	2			4	
3	Життєвий і творчий шлях Б. Д. Грінченка	6	2			2	4	
4	Методи і прийоми роботи з інформацією	2	2			2		
5	Я в інформаційному середовищі	2	2			2		
6	Я працюю в команді	6	2	2			4	
7	На шляху самовдосконалення й саморозвитку	6	2	2			2	2
Разом за навчальним планом		30	14	8		6	14	2

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН МОДУЛЯ
«ЛІДЕРСТВО СЛУЖІННЯ»

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин						
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Семінарських	Практичних	робота Самостійна	контроль Підсумковий
Змістовий модуль І. Лідерство-служіння								
1	Знайомство	2	2			2		
2	Університет та його роль у розвитку лідерства	6	2			2	4	
3	Лідерство	6	2			2	4	
4	Служіння як основний вид діяльності лідера	2	2			2		
5	Створення команди та особливості командної роботи	2	2			2		
6	Конфлікти та способи їх розв'язання з позицій лідерства служіння	6	2			2	4	
7	Лідерський спадок	6	2			2	2	2
<i>Разом за навчальним планом</i>		30	14			14	14	2

**ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН МОДУЛЯ
«ОСНОВИ РЕКЛАМИ»**

№ з/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин						
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семинарських	робота Самостійна	контроль Підсумковий
Змістовний модуль I								
Основи реклами								
1	Сучасна реклама та пов'язані з нею поняття	5	3	2			2	
2	Учасники рекламного процесу	8	4	2	2		4	
4	Професії у рекламній індустрії	7	3	2	2		4	
5	Поняття рекламного продукту	8	4	2	2		4	
	Модульна контрольна робота	2						2
	<i>Разом</i>	30	14	8	6		14	2

**ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН МОДУЛЯ
«ОСНОВИ PR»**

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних Лекцій	Практичних Семінарських	Індивідуальна робота	робота Самостійна	контроль	Підсумковий	
Змістовий модуль I. СВІТ PR-КОМУНІКАЦІЙ. ПРОФЕСІОГРАМА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ									
1	Предмет, мета, завдання, принципи та функції PR	6	4	2		2		2	
2	Загальна характеристика системи зв'язків із громадськістю	2	2	2					
3	Напрями PR	12	4	2		2		8	
4	Тенденції на ринку PR-послуг	8	4	2		2		4	
	Модульна контрольна робота	2						2	
	Разом	30	14	8		6		14	2

**ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН МОДУЛЯ
«ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО»**

№ п/п	Назви тем	Всього годин	Види занять і розподіл годин					
			Лекція	Семинар	Практ.	Інд	Самост. робота	МК
МОДУЛЬ 1. 3 історія ораторського мистецтва								
1.1.	Вступ. Предмет, завдання та понятійний апарат навчальної дисципліни	6	2				1	
1.2.	Історичні витoki ораторського мистецтва	14	2				3	
1.3.	Розвиток класичної риторики та слов'янського красномовства	10			2		3	
	Модульна контроль 1	2						2
	Всього	15	4		2		7	2
МОДУЛЬ 2. Технологія підготовки і виголошення публічної промови								
2.1.	Концепція публічного виступу	6	2				2	
2.2.	Композиційна побудова публічної промови	18	2		4		6	
2.3.	Мовне оформлення тексту публічної промови	14	2		2		4	
2.4.	Виголошення промови як завершальний етап ораторської дії	14	2		2		3	
2.5.	Роди і види ораторського мистецтва. Форми монологічного та діалогічного (полілогічного) красномовства	6	2		4		6	
	Модульна контроль 2	2						2
	Всього	45	10		12		21	2
	<i>Разом з дисципліни</i>	60	14		14		28	4

V. ПРОГРАМА БЛОКУ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН «УНІВЕРСИТЕТСЬКІ СТУДІЇ» Я - СТУДЕНТ

Тема 1: Мій Університет

Етапи становлення ідеї університету: виникнення перших шкіл у древніх Шумері, Індії та Китаї, діяльність давньогрецьких мислителів, першу філософську школу в Афінах, Академію Платона, Лікей Аристотеля, Мусейон Птоломея. Походження слова «університет», поява Болонського університету. Заснування університетів на теренах України. Витоки і шляхи розвитку Київського університету імені Бориса Грінченка. Хронологія основних подій історії Університету: курси Київського навчального округу, Вищі трирічні педагогічні курси імені Б. Д. Грінченка, Київський міський інститут удосконалення вчителів, Київський міжрегіональний інститут удосконалення вчителів імені Б. Д. Грінченка, Київський міський педагогічний університет імені Б. Д. Грінченка, Київський університет імені Бориса Грінченка, Гуманітарний інститут, Інститут суспільства, Педагогічний інститут, Інститут мистецтв, Інститут людини, Інститут післядипломної педагогічної освіти, Університетський коледж, прапор Університету, гімн Університету.

Життєвий і творчий шлях Бориса Дмитровича Грінченка.

Тема 2: Я – студент-грінченківець

Соціальний статус студента, особливості студентської діяльності, засоби її оптимізації, систему цінностей сучасного студента. Права та обов'язки студентів-грінченківців. Кодекс студента Університету. Поняття про студентську групу як різновид соціально організованої групи людей. Етапи її становлення, особливості поведінки членів студентської групи.

Тема 3: Організація освітнього процесу

Сутність та особливостями Болонського процесу, Європейської кредитно-трансферної та акумулюючої системи, кредитно-модульну систему організації навчального процесу, форми організації навчального процесу та контроль успішності в Університеті. Кредит, навчальний план, навчальна програма, змістовий модуль, індивідуальний навчальний план студента, лекція, заняття (семінарське, практичне, лабораторне), індивідуальна робота студента, індивідуальне навчально-дослідницьке завдання, дипломна, магістерська роботи, модульно-рейтингова система оцінювання знань.

Тема 4: Методи і прийоми роботи з інформацією

Комунікація, аудіювання, усне та писемне мовлення, ситуація спілкування, монолог, діалог, полілог, виступ, промова, доповідь, дискусія, диспут, читання (ознайомлювальне, вивчальне, вибіркоче), тематичні виписки, тези, конспект, есе, реферат, письмові творчі роботи, список джерел.

Інформаційне суспільство, інформаційне середовище, навички XXI століття, електронні ресурси, портал Університету, електронний каталог, електронне навчання, інституційний репозиторій, Вікі-портал, електронне тестування.

Тема 5: Я працюю в команді

Команда, командна взаємодія, студентська група, підструктури студентської групи, корпоративна культура, проблемна ситуація, групове рішення, проектне завдання, лідер.

Тема 6: На шляху самовдосконалення й саморозвитку

Життєві цілі, професійний розвиток, модель професіонала, особистісне та професійне самовизначення, самооцінка, саморозвиток, самоорганізація, успіх, термінова справа, організація часу, контроль власних потреб.

ЛІДЕРСТВО СЛУЖІННЯ

Тема 1: Університет та його роль у розвитку лідерства.

Сутність концепції лідерства-служіння. Основні групи компетенцій (компетентностей) лідерства: ефективна комунікація, управління людськими ресурсами, орієнтація на результат та аналітичне мислення.

Тема 2: Лідерство. Лідерство – діяльність заради кращих рішень, умов; реалізація нових ідей, шлях до звершень. Лідерство – спроможність сформулювати і втілити бачення в життя, вести зміни. Лідерство як спрямованість до бажаного майбутнього – втілення бачення, формування готовності до змін та веденні цих змін, відкритість до нових ідей. Стресостійкість.

Тема 3: Служіння як основний вид діяльності лідера. Лідерство – можливість служити громаді, людині, суспільству.

Тема 4: Створення команди та особливості командної роботи. Основна цінність та головна передумова лідерства – розвиток довіри та команда.

Тема 5: Конфлікти та способи їх розв'язання з позицій лідерства служіння. Конфлікт – це зіткнення різних точок зору, поглядів, інтересів. Основні стадії розвитку конфліктів: 1) перед конфліктна ситуація (передумови, приховані конфлікти), 2) інцидент (привід, «остання краплина», перша сутичка, вибух емоцій), 3) ескалація конфлікту (загострення стосунків, протидія), 4) кульмінація (максимум протистояння, вибух), 5) згасання, завершення конфлікту (втрата інтересу до протистояння, вирішення ситуації, досягнення домовленостей, порозуміння, відкриття тощо) та 6) пост конфліктна ситуація (наслідки для людей та організацій). Чинники ефективної комунікації. Спільне вирішення конфлікту. Стратегії врегулювання конфліктів.

Тема 6: Лідерський спадок.

**«ОСНОВИ РЕКЛАМИ»
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I.
Основи реклами**

ЛЕКЦІЯ 1. СУЧАСНА РЕКЛАМА ТА ПОВ'ЯЗАНІ З НЕЮ ПОНЯТТЯ (2 ГОД.)

Реклама в системі суспільних відносин. Визначення реклами. Роль реклами (економічна, соціальна, політична, ідеологічна, психологічна, освітня, культурна). Функції реклами. Основні принципи реклами. Класифікація реклами (за географічною ознакою, за характером об'єкту реклами, за періодом життєвого циклу, за каналом розповсюдження, за характером впливу на споживача). Види реклами. Жанри реклами.

Практичне заняття 1. Мотиви, що використовуються в рекламі.

ЛЕКЦІЯ 2. УЧАСНИКИ РЕКЛАМНОГО ПРОЦЕСУ (2 ГОД.)

Рекламодавці. Їх класифікація. Рекламні агентства та рекламні служби підприємств. Критерії оцінки рекламодавцем роботи рекламного агентства та можливі причини його зміни. Споживач. Класифікація, цільові групи споживачів. Дослідні організації, їх роль в рекламному процесі. Регулюючі органи в рекламній діяльності.

ЛЕКЦІЯ 3. ПРОФЕСІЇ У РЕКЛАМНІЙ ІНДУСТРІЇ (2 ГОД.)

Еволюційний процес становлення професій в рекламній індустрії. Основні професії в рекламній сфері (менеджер з реклами, менеджер із комунікаційних технологій, екаунт-менеджер, бренд-менеджер, менеджер по стратегії, медіабаєр, спеціаліст з медіапланування, копірайтер, арт-директор, дизайнер, режисер відореклами).

Практичне заняття 2. Професії у рекламній індустрії.

ЛЕКЦІЯ 4. ПОНЯТТЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТУ (2 ГОД.)

Рекламне звернення: поняття, основні етапи та технології процесу розроблення. Зміст рекламного звернення. Форма рекламного звернення. Структура рекламного звернення. Засоби передачі рекламного звернення. Особливості використання основних медіаканалів реклами. Поняття брифу. Структура креативного брифу. Бриф на VTL-кампанію. Основні складові брифу.

Практичне заняття 3. Класифікація брифів та цільових аудиторій.

«ОСНОВИ PR»
СВІТ PR-КОМУНІКАЦІЙ. ПРОФЕСІОГРАМА ЗВ'ЯЗКІВ З
ГРОМАДСЬКІСТЮ

Лекція 1. Предмет, мета, завдання, принципи та функції та PR. – (2 год.)

Аналіз визначень „паблік рилейшнз”. Зв’язки із громадськістю як наука і мистецтво формування та управління громадською думкою. Предмет і об’єкт паблік рилейшнз як науки та управлінської діяльності.

Зв’язок PR із суміжними дисциплінами. Паблік рилейшнз і маркетинг. Цілі, принципи, функції PR і реклами. Паблік рилейшнз і пропаганда.

Основні категорії паблік рилейшнз та їх характеристика. Громадськість, її сутність і характеристика. Громадська думка як одна з основних категорій паблік рилейшнз. Комунікаційна система як елемент системи зв’язків із громадськістю.

Семінар 1. МІСЦЕ І РОЛЬ PR У ЖИТТІ СУСПІЛЬСТВА (2 год.)

Лекція 2. Загальна характеристика системи зв’язків із громадськістю - (2 год.)

Сутність і основні елементи системи зв’язків з громадськістю. Організація та її роль у системі зв’язків із громадськістю як суб’єкта управління. Громадськість та її основні характеристики. Громадська думка, її рівні та роль у системі зв’язків із громадськістю. Сутність і роль інформації у зв’язках із громадськістю. Канали збирання і передачі інформації. Дослідні організації та агенції зі зв’язків із громадськістю.

Функції системи зв’язків із громадськістю. Сутність і зміст аналітично-прогностичної функції. Завдання організаційно-технологічної функції. Управлінська функція. Інформаційно-комунікативна функція. Зміст консультаційно-методичної функції та її реалізація.

Лекція 3. Напрями PR - (2 год.)

Репутаційний PR. Репутація та імідж: спільне та відмінне. Репутаційний менеджмент. Репутаційний аудит.

Комерційний PR. Галузевий PR. Особливості комерційних паблік рилейшнз. Аудиторія комерційних паблік рилейшнз.

Політичний PR. Мета та завдання політичних паблік рилейшнз. PR в політичному консультуванні.

Урядовий PR (Government relation). Основи та приклади Government PR. Роль PR в Уряді.

Соціальний PR. Особливості методик соціальних паблік рілейшинз. Спонсоринг як складова соціальних паблік рілейшинз. Фанд-рейзинг як складова соціальних паблік рілейшинз.

Науковий PR (Scientific relations). Важливість наукових паблік рілейшинз. Напрямки наукових паблік рілейшинз. Актуальні питання наукових паблік рілейшинз.

PR для шоу-бізнесу та спорту. Імідж публічної особи: тенденції та особливості конструювання. Методики просування шоу-іміджа. PR в концертній галузі. PR в кіноіндустрії та театральній справі.

Антикризовий PR. PR-криза». Види PR-криз. Керування кризами. Правила поведінки у кризовій ситуації. Антикризова підготовка. Підготовка PR-атаки.

Семінар 2. СПЕЦИФІКА РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ПАБЛІК РИЛЕЙШІНЗ

(2 год.).

Лекція 4 Тенденції на ринку PR-послуг – (2 год.)

Спеціалісти в галузі PR. Посадові обов'язки в PR. Сучасні кадрові тенденції на ринку PR-послуг. Професійні вимоги до спеціалістів в галузі PR.

PR-служба та її підрозділи. Аналіз діяльності компанії. Щоденна PR-практика. PR-аудиторія та напрями впливу на неї.

Семінар 3. ПРОФЕСІОГРАМА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ (2 год.).

«ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО» **МОДУЛЬ 1. ІСТОРІЯ ОРАТОРСЬКОГО МИСТЕЦТВА**

ТЕМА 1.1. ВСТУП. ПРЕДМЕТ, ЗАВДАННЯ ТА ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Ораторське мистецтво як соціальне явище. Загальна характеристика. Синонімічний ряд: «красномовство», «риторика», «ораторське мистецтво». Коротка характеристика понять «класична риторика», «галузева риторика» (політична, судова, педагогічна, сценічна, тощо). Ораторське мистецтво як високий ступінь майстерності публічного виступу, якісна характеристика ораторської мови, майстерне володіння живим словом з метою здійснення бажаного впливу на аудиторію. Історична трансформація ораторського мистецтва в науку про красномовство і навчальну дисципліну, предметом якої є основи ораторської майстерності. Мета і завдання навчальної дисципліни.

Ораторське мистецтво як наука: використання досягнень інших наук для формування власного категоріального апарату, який забезпечує механізм аргументації, аналізу і суджень, доказовості і узагальнень; практичне використання ораторського мистецтва для розвитку інших наук (формування ідеї та гіпотези в усній формі в публічних промовах, у наукових доповідях тощо). Зв'язок ораторського мистецтва з іншими науками.

Основні поняття класичної риторики – теоретичного підґрунтя ораторського мистецтва. Логос як категорія класичної риторики, що передає логічність промови і тексту. Визначення морально-етичного характеру промови оратора за допомогою етосу. Пафос як естетична категорія, що надає мовній комунікації емоційності. Топос, топіки – риторичне поняття, що означає загальні місця у промові.

Основоположні розділи класичної риторики: інвенція, диспозиція, елокуція, меморія, акція, їх загальна характеристика. Закон ступеневої послідовності як основа визначення предмету ораторського мистецтва.

Загальна характеристика навичок та умінь оратора. Риторична самоосвіта.

ТЕМА 1.2. ІСТОРИЧНІ ВИТОКИ ОРАТОРСЬКОГО МИСТЕЦТВА

Міфологія красномовства. Відображення красномовства, пісенно-поетичного переконання словом у грецькій міфології. Уособлення риторики в образах богів римської культури. Боги красномовства в єгипетській, японській та давньоіндійській міфології.

Риторика Давньої Греції. Розвиток риторики у софістиці (V ст. до н.е.). Вплив шкіл софістів (діалектики, елеатів, піфагорійців) на формування риторики як науки переконання.

Передумови інтенсивного розвитку риторики в Давній Греції у V – VII ст. до н.е.: принцип змагальності у всіх сферах життя давніх греків, традиції ліричної та епічної поезії, культ живого слова, масовий характер занять риторикою, демократичний устрій. Зародження риторики (о. Сіцилія, V ст. до н.е.).

Плеяда видатних ораторів Стародавньої Греції. Афінський політичний діяч, вождь демократичної партії, засновник Афінської демократії, знаменитий оратор і полководець Перікл (490-429 рр. до н.е.). Сіцилійська школа ораторської майстерності. Емпедокл (490-430 рр. до н.е.). Перший упорядник письмових правил з риторики Корах. Лісій (бл. 459-380 рр. до н.е.) – оратор «однієї промови», відомий логограф, знавець судового красномовства. Горгій (483-380 рр. до н.е.) як видатний теоретик і вчитель красномовства, його софістичні погляди, урочисті похвальні промови «Похвала Олені» і «Виправдання Паламеда». Афінський ритор Ісократ (436 рр. 338 рр. до н.е.) – майстер похвального красномовства («Панегірик»), засновник першої школи красномовства в Афінах. Промови Сократа (бл.469-399 рр. до н.е.), метод «сократівська іронія». Платон (427-347 рр. до н.е.) про риторіку. «Риторика» Арістотеля, класифікація родів красномовства:

дорадчі, судові, епідейктичні (урочисті). Ораторство Демосфена (384-322 рр. до н.е.), його політичні промови.

Риторика еллінської Греції. Занепад політичного і судового красномовства, розквіт епідейктичного. Канон десяти античних ораторів в Пергамській бібліотеці (III ст. до н. л.): Антифонта, Андокіла, Лісія, Ісократ, Демосфена, Ісея, Лікурга, Гіперіда, Динарха, Есхіна.

Риторика Стародавнього Риму. Ораторський ідеал Стародавнього Риму. Характерні ознаки давньоримської риторики: інвективність (розвінчуваність), афористичність, аргументація фактажем.

Плеяда видатних ораторів Стародавнього Риму. Ораторська майстерність Марка Антонія (143-87 рр. до н.е.). Цицерон (106-43 рр. до н.е.) та його риторичний доробок, засновник прийому судових промов «ламентация». Оратор Гай Юлій Цезар (100 або 102-44 рр. до н. е.), його політичні промови.

Нова риторика періоду Римської імперії. Перехід Риму від республіки до Римської імперії. Вплив політичних подій на розвиток римського красномовства (I ст. н.е.). Методи навчання в римських риторичних школах. Педагогічна риторика Квінтіліана (бл. 35 – бл. 96 рр.) та його фундаментальна праця «Дванадцять книг риторичних настанов». Сенека Старший (бл. 54-39 рр. до н.е.) та його риторичний стиль діатриба.

ТЕМА 1.3. РОЗВИТОК КЛАСИЧНОЇ РИТОРИКИ ТА СЛОВ'ЯНСЬКОГО КРАСНОМОВСТВА

Загальна характеристика розвитку риторики за часів раннього середньовіччя (V – середина XI ст.) в Європі. Наслідування античних традицій країнами, які входили до складу Римської Імперії (Іспанія, Франція, Італія, Візантія, частково – Англія, Німеччина). Вплив релігії, розквіт церковно-богословського красномовства (гомілетики). «Народні проповіді» мандруючих монахів. Аврелій Августин (354–430), його трактат «De doctrina christiana» («Про християнське вчення»), який містить роздуми про роль риторики для тлумачень і роз'яснень християнського вчення. Дотримання стилю (високий, середній, низький). Спрощення композиції (інвенція, диспозиція, елокуція). Домінуючі форми (проповіді та листи). Мистецтво проголошення проповідей та найвідоміші майстри: іспанський архієпископ Ісідор Севільський (560-635), англосаксонський літописець, монах Беда (673-735), Юлій Руфіній. «Книга про тропи і фігури» Беди.

Європейська риторика за часів високого (класичного) середньовіччя (II половина XI ст. – к. XV ст.). Зародження наукової мови через втілення в лекціях і диспутах у перших європейських університетах. Схоластична риторика (до XV ст.) – розвиток вишуканих дискусійних промов, з ґрунтовною системою доказів, багатоманітною аргументацією. Риторика в системі «семи вільних наук». Німецький філолог, професор грецької мови та латини Філіп Меланхтон (1497-1560), його «Риторика», переведена на

російську мову як підручник (1620). Французький філолог і критик Юлій Цезар Скалігера (1484-1558), його списки риторичних фігур.

Розвиток європейської риторики в епоху Відродження. Протистояння риторики гуманістів католицьким монахам-проповідникам на перехідному етапі. Бернардіно Сієнський (1380-1444), його проповідницька діяльність та прийоми красномовства.

Секуляризація риторики: послаблення релігійності та впливу церкви. Вплив риторики на активізацію розробки граматики літературних норм мови – культури мовлення. Гуманістичний характер риторики (XVI ст.). Підвищення уваги до дикції, вимови, інтонації. Надмірне використання цитування. Сплеск майстерності перекладу. Поновлення судового і парламентського красномовства; зародження торгівельного; полемічна заостреність академічного красномовства. Розвиток королівського красномовства (започаткування через Французьку риторіку для короля Генріха III). П'єр Рамю (1515-1572), використання терміну «риторика» для трьох компонентів комунікації (дикція, пам'ять, дія), мета якої – переконання. Розвиток послідовниками Рамю риторики як мистецтва прикрашання мови. Зведення риторики до вивчення літературних форм. Відмежування риторики від логіки та філософії. Голанський філолог Герхард Фосс (1577-1649), його праці «Риторичні коментарі, або Настанова ораторам» та «Риторичне мистецтво» (1606), в якій наведена ґрунтовна класифікація і термінологія. «Сад красномовства» Генрі Пічеми. (к. XIV ст.).

Загальна характеристика риторики в Європі за часів Просвітництва. Викладання риторики у салонах та академіях. Розвиток приватних видів риторики (бесіда, епістолярна риторика). Боротьба проти народного стилю в мові (відторгнення діалектів, жаргонізмів), запозичення іноземних слів, надмірне використання наукової термінології. Розквіт придворного етикету як галузі мовленнєвої майстерності і стандартів аристократії. Розвиток дипломатичного красномовства. Поступовий занепад риторики Західної Європи (початок XIX ст.). Трактування риторики як догматичної дисципліни, яка не мала практичного застосування, слугувала для «введення слухачів в оману». Втрата інтересу до риторики.

Вплив грецької міфології та античної риторики на Київську Русь (XI ст.). Розквіт ораторських жанрів на Русі в XI-XII ст. Проповідник, митрополит Іларіон, його твір «Слово про закон і благодать», прочитане вперше при дворі Ярослава Мудрого як зразок урочистого красномовства. Символізм, метафоричність творів. Розповсюджені форми («Слово..», «Послання...», «Повчання..»). Кирило Туровський (1130–1182 рр.) як один з найвидатніших проповідників-ораторів. «Слово в нову неділю на пасце». «Повчання чадам Великого князя Володимира Мономаха» як риторичне звернення до потомків. «Хоження...» як нова форма. Розквіт полемічної переписки, похвального красномовства.

Полемічна творчість Івана Вишенського, мовностилістичні особливості його творів (XVII ст.).

Мовна спадщина Григорія Сковороди, його внесок у розвиток вітчизняної риторичної школи.

Києво-Могилянська академія (1632), її вплив на розвиток вітчизняного ораторства. Шкільна гомілетика. Феофан Прокопович, його фундаментальна праця “Про риторичне мистецтво”. Інокентій Гізель. Лазар Баранович. Теорія новомодного красномовства Іоанікія Галятовського. Публіцистично-ораторська проза Антонія Радивиловського, його методика складання і виголошення проповідей. Стефан Яворський, викладач риторики, автор праці “Риторична рука”.

М.В.Ломоносов (1711-1765) – перший, хто побудував риторичну систему на основі російської мови, його праця «Краткое руководство к красноречию»(1747). Відстоювання наукової істини в промовах.

МОДУЛЬ 2. ТЕХНОЛОГІЯ ПІДГОТОВКИ І ВИГОЛОШЕННЯ ПУБЛІЧНОЇ ПРОМОВИ

ТЕМА 2.1. КОНЦЕПЦІЯ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ

Місце інвенції у логічній послідовності підготовчої роботи до виступу та її сутність (винайдення задуму, ідеї, мети). Базові закони інвенції: концептуальний закон та закон моделювання аудиторії. Їх значення для ораторської діяльності.

Вироблення концепції в ораторстві. Аналітико-концептуальна стадія розробки концепції публічного виступу. Визначення предмета розмови і вироблення власного бачення; вибір проблеми або окремих, особливо важливих питань; вивчення стану проблеми в науковій, суспільно-політичній, фаховій літературі; критичне осмислення власних напрацювань з обраної проблеми і науково-літературних відомостей з неї. Критерії вибору теми виступу: відповідність інтересам оратора та інтересам слухачів (загальнолюдським чи груповим); новизна і актуальність; дискусійність, проблемність. Формування цільової установки виступу. Визначення мети виступу, що передбачає отримання бажаної реакції слухачів, на досягнення якої повинна бути спрямована вся робота оратора. Формулювання назви виступу, основні прийоми: надання образності; постановка запитань; залучення фразеологізмів, цитат; римування; використання «лексики інтриги». Стадія комплектації і розробки як завершальна при виробленні концепції публічного виступу. Заглиблення у тему виступу через визначення її складових (особливо важливих питань): робота з емпіричним матеріалом; робота з енциклопедичним матеріалом; складання попереднього плану. Повне заглиблення в предмет промови: аналіз компаративного матеріалу; складання робочого плану. Характеристика плану за структурою: простий, складний. Критичне осмислення напрацювань з промови: остаточний відбір несуттєвого матеріалу; складання основного плану. Методичні рекомендації по роботі з літературними джерелами.

Цільова установка публічного виступу, її різновиди: інформаційна, переконлива, що закликає до дії, “піднесення духу”, розважальна, інтимна.

Завдання інформаційної промови. Методи подачі матеріалу при інформування: розповідь, опис, розмірковування. Характерні ознаки інформаційної промови: актуальність повідомлення; відсутність суперечливих моментів; наявність елементів, які породжують зацікавленість слухачів; задоволення інформаційно-інтелектуальних очікувань слухачів. Принципи складання інформаційної промови: принцип «резервних знань» оратора, принцип жорсткості у відборі фактів; принцип взаємозв'язку відомого і нового; принцип відображення динаміки мислення в ораторській промові. Мета заклиналих промов: примусити слухачів відчувати потребу зробити те, до чого їх закликає оратор. Вимоги до складання: врахувати актуальність теми для слухачів; оцінити здатність слухачів до дії, до яких закликає оратор; визначити силу опозиції; зв'язок програми дій, яку пропонує оратор, з можливістю реалізації їх потреб; розвиток мотивації слухачів на основі прикладів. Мета промови, яка спрямована на піднесення духу аудиторії: вплинути, в першу чергу, на почуття, активізуючи духовне життя; схилити слухачів до усвідомлення первинності обов'язку відносно особистої вигоди. Наповнена ідеями, патріотизму, героїзму, мужності. Не підлягає обговоренню і критиці. Відсутність нових фактів і прикладів. Інтоніаційно підвищена, пафосна. Використання лозунгу як переконливого елемента.

Закон моделювання аудиторії, його вимоги до оратора. Соціально-демографічні, суспільно-психологічні та індивідуально-особистісні особливості аудиторії, їх опрацювання для наступного забезпечення контакту з аудиторією у процесі виступу. Різновиди реакції аудиторії: байдужа, погоджувальна, конфліктна, конструктивна. Поведінка оратора під час публічного виступу в залежності від реакції аудиторії.

ТЕМА 2.2. КОМПОЗИЦІЙНА ПОБУДОВА ПУБЛІЧНОЇ ПРОМОВИ

Диспозиція в риторичі: як етап підготовки промови, що відбувається після інвенції і передбачає процес організації повідомлення, зокрема структури майбутнього тексту, його композиції. Основні складові диспозиції: виклад і аргументація.

Моделі викладу матеріалу: «лінійна схема», «фабульно-інтригуюча». Застосування в лінійних промовах хронологічного (історичного) і сюжетного методів. Методи фабульно-інтригуючої моделі: дедуктивний, індуктивний, аналогічний, концентричний.

Аргументація як логічна складова диспозиції. Логічна послідовність аргументації: теза, аргумент, демонстрація. Дотримання законів логіки як сприятливий фактор комунікативного процесу та особливості їх дотримання в ораторському мистецтві. Дія закону тотожності в ораторському мистецтві: будь-яка завершена думка зберігає свою форму і значення в межах певного визначеного контексту. Дотримання закону суперечності (два судження про одну річ не можуть бути одночасно істинними і неістинними), що запобігає виникненню у промові безвихідних ситуацій. Закон виключеного третього як

основа для проведення дискусій. Використання у промові обґрунтованих доказів на основі закону достатньої підстави.

Поняття композиції (розподіл матеріалу на частини, співвідношення частин між собою і з усією промовою в цілому, послідовність їх розміщення) та робота оратора над структурою промови: структурування дібраного матеріалу, дотримання мотивованого співвідношення частин, визначення порядку їх розташування.

Композиція промови: вступ, основна частина, завершення. Загальні правила побудови виступу: правило «золотого січення» та «ефект межі» в ораторському мистецтві. Прямий вступ і непрямий (з використанням зачину). Завдання вступу та завершення, прийоми їх конструювання. Структура вступу (обов'язкова та варіативна). Різновиди завершення промови: елегантний риторичний фінал та доцільний (підсумковий, типологічний, апелювальний). Можливі композиційні недоліки: порушення логічної послідовності, перенавантаження тексту теоретичними роздумами, відсутність доказовості основних положень, надмірна кількість порушених питань і проблем, шаблонна побудова.

ТЕМА 2.3. МОВНЕ ОФОРМЛЕННЯ ТЕКСТУ ПУБЛІЧНОЇ ПРОМОВИ

Елокуція як етап мовного (вербального) оформлення промови, втілення змісту у мовні форми. Лексика обмеженого використання (професіоналізми; діалекти; терміни; слова іншомовного походження), особливості її застосування. Жаргонізми, їх заборона у публічних виступах

Робота над мовною формою виступу. Доступність викладу матеріалу: пропорційність співвідношення наукових і абстрактних слів у тексті промови, популяризація. Прийом популяризації тексту промови (описовий, етимологічний). Конкретність лексики (прийом конкретизації): запобігання використанню громіздких лексичних конструкцій, надмірних узагальнень. Багатоманітність номінативних засобів (використання розширених синонімічних рядів).

Особливості використання фактичних засобів (наведення прикладів, статистичних даних, наочності та іншого фактичного матеріалу). Цитування.

Виразність мови виступу. Поняття “троп” у риторичі як мовне явище, що уособлює відхилення від загальноприйнятих висловлювань. Метафора як найпоширеніший і найпродуктивніший в риторичі троп. Метонімія. Гіпербола. Епітет. Порівняння. Антономазія. Персоніфікація. Аллегорія. Іронія. Тавтологія як небажане явище в ораторському мистецтві.

Типи побудови фраз, їх емоційна сила впливу і ефективність. Риторичне запитання, риторичні оклик і звернення. Риторичні фігури на основі повтору: геменація, анафора, епіфора. Комунікативна функція повторень. Речення-періоди: градація, діалогізація, хід «питання-відповідь», дубітація, парадокс. Фігура контрасту – антитеза. Інверсія. Парцеляція. Використання в риторичі параномазії як стилістичної фігури.

ТЕМА 2.4. ВИГОЛОШЕННЯ ПРОМОВИ ЯК ЗАВЕРШАЛЬНИЙ ЕТАП ОРАТОРСЬКОЇ ДІЇ

Закони публічного виступу. Закон емоційності промови. Закон поваги адресату і отримання задоволення від спілкування. Закон діалогічної взаємодії учасників.

Канали впливу на оратора: звукові (лінгвістичні; паралінгвістичні) та візуальні (кінетичні).

Інтонування промови. Наголоси і паузи. Логічні паузи і наголоси. Психологічні і синтаксичні паузи. Властивості голосу: звучність, тембр, висота. Модуляція голосу.

Рух оратора. Встановлення візуального контакту поглядом. Міміка, жести та їх різновиди: “ілюстратори”, “регулятори”, жести-емблеми, жести-адаптери, жести-афектори.

Техніка дихання і техніка мовлення. Об’єктивні і суб’єктивні фактори, що впливають на дихання промовця. Правила “правильного дихання” за Г.Сагач. Показники техніки мовлення: темп мови (швидкість мовлення, тривалість звучання окремих слів, інтервали та тривалість пауз), чіткість дикції. Недоліки мовлення та їх подолання.

Образ оратора. Індивідуальні риси оратора (стиль виголошення промов, зовнішній вигляд). Тип оратора та його тестування. Культура мови оратора та її критерії (правильність, комунікативна відповідність, точність висловлювання, логічність викладу, ясність і доступність викладу, чистота мови, її виразність, різноманітність засобів вираження, естетичність, доцільність). Формування індивідуального стилю ораторства у поєднанні з оптимальною манерою виступу. Причини невпевненості оратора, і шляхи їх подолання. Можливі помилки оратора під час виголошення промови та формування вміння швидко на них реагувати.

Ефективність публічного виступу. Вплив характеру аудиторії на ефективність виступу. Образ аудиторії. Характеристика аудиторії за різними ознаками: за віком, за ставленням до оратора, за рівнем підготовленості, за рівнем освіченості, за професійними ознаками, за статевими ознаками, за типом психіки, за мірою однорідності, за кількісним складом тощо. Національна специфіка аудиторії. Ефективність виступу в різних типах аудиторії. Методика налагодження контакту з аудиторією, за І.Н.Кузнецовим, її основні етапи: зняття психологічного бар’єру, пошук спільних інтересів, визначення оптимальних принципів спілкування, виявлення можливих негативних аспектів спілкування, адаптація до аудиторії та встановлення контакту.

ТЕМА 2.5. РОДИ І ВИДИ ОРАТОРСЬКОГО МИСТЕЦТВА. ФОРМИ МОНОЛОГІЧНОГО ТА ДІАЛОГІЧНОГО (ПОЛІЛОГІЧНОГО) КРАСНОВОВСТВА

Історичні підходи до класифікації красномовства. Диференціація і систематизація промов за Арістотелем і Цицероном. Поділ промови відповідно до мети: дорадча, судова, похвальна.

Похвальне красномовство (епідейктичне): похвала, прославлення, величання, володіння засобами художньої виразності. Восьма книга “Риторики” Ф.Прокоповича про епідейктичні промови та засоби. Поділ похвальних промов залежно від адресату. Види промов з певної нагоди. Вітальна промова (насиченість урочистою образною лексикою, фразеологією, афоризмами, яскравими тропами і стилістичними фігурами). Подяка як промова, її проголошення при одержанні дипломів, нагород, відзнак, подарунків, звань, посад, допомоги тощо. Вітальна гостьова промова як виявлення радості і душевної прихильності. Прощальна промова (залежно від нагоди прощання і тривалості розлуки).

Сучасна класифікація родів красномовства на основі домінуючої функції, яку виконує промова з соціальної точки зору (за Г.З.Апресяном і А.Е.Махневичем): соціально-політичне (в т.ч. парламентське), академічне (в т.ч. суто академічне, красномовство у вищій школі, шкільне), судове, соціально-побутове, богословсько-церковне, дипломатичне (протокольнo-етикетне), військове, рекламне.

Соціально-політичне красномовство. Переконливість та емоційність політичного красномовства. Парламентське красномовство: сучасний стан та перспективи.

Академічне красномовство, його суттєві характеристики: суспільно важливий і проблемний зміст; писемно-усне за формою реалізації; книжно-розмовне за формою мовлення; може бути синтезом елементів усіх функціональних мовних типів; підготовлено-імпровізоване за характером реалізації.

Характеристика судового красномовства: чітке формулювання мети, переконлива аргументація, детальне знання справи, ситуації, уміння знаходити аналогічні приклади, збільшувати або зменшувати певний факт, передбачати розвиток подій. Звинувачувальні промови (прокурорська промова), захисна (адвокатська промова), самозахисна, судова промова (промова судді).

Соціально-побутове красномовство під час різноманітних життєвих побутових подій і ситуацій: народження, одруження, ювілеї, прощання тощо. Національний характер.

Богословсько-церковне красномовство. Психологічний вплив на великі маси людей. Домінування віри над знанням. Спирання на «силу Бога», яка не передбачає аргументації і доказовості. Морально-етична спрямованість, настанова. Основні види: проповідь, лекція в духовних семінаріях і академіях, промови на соборах, присвячених теологічним проблемам.

Протокольнo-етикетне красномовство, його розвиток як критерій оцінки цивілізованості держави та її активності на міжнародному рівні. Мета: дотримання певних загальноприйнятих ритуалів, протоколу, етикету.

Різновиди: офіційне привітання ювілярів, вступна промова перед урочистостями, похвальне слово, промова на траурному мітингу, офіційний тост, дипломатичні промови (на міжнародних конференціях, засіданнях; під час дипломатичних актів; під час офіційних візитів, прийомів; дипломатичне листування). Етичність протокольно-етикетного красномовства. Дипломатичні терміни.

Загальна характеристика монологічного красномовства. Монологічне красномовства як найдавніша основа ораторського мистецтва.

Форми монологічного красномовства інформаційного спрямування. Повідомлення – коротка за часом (5-10 хвилин) і проста за змістом форма монологічного красномовства, яка спрямована на висвітлення одного питання або проблеми; не передбачає ґрунтовної аргументації і доказовості; спрямоване на розширення ступеню поінформованості слухачів; декілька повідомлень можуть бути спрямовані на розкриття різних аспектів однієї великої проблеми; передбачають попередню підготовку.

Доповідь – складний жанр промови, наблизений до письмового тексту; розгорнуте публічне повідомлення на серйозні наукові, виробничі, політичні теми. Мета доповіді. Різнобічний підхід до висвітлення теми, надання оцінок різних підходів, різних точок зору. Тривалість від 10-15 хвилин до 2-3 годин. Види доповідей (звітні, наукові), особливості їх побудови. Обговорення після виголошення і корегування основних позицій доповіді. Ухвалення.

Лекція – цільний, розгорнутий науковий або науково-популярний виклад матеріалу, форма популяризації знання. Триєдність мети: навчальна (просвітницька), виховна, розвиваюча. Види лекцій: академічна, науково-популярна. Основні вимоги до композиційної побудови лекції: струнка логіка викладу; систематизованість міркувань; доказовість і аргументованість. Оголошення аудиторії плану. Мовленнєві особливості лекції (на відміну від доповіді): від норм книжкової мови, насиченої термінами, складними зворотами, до елементів розмовної мови. Можливі ситуації імпровізації. Регламент від 30-40 хвилин до 1-1,5 години.

Форми монологічного красномовства, спрямовані на заклик до дії. Мітингові (агітаційна) промови, їх мета: надати оцінку подіям, які відбуваються і переконати; висловлює почуття і настрої аудиторії. Тривалість від 10-15 хвилин до години. Емоційність; високий пафос; чітка інтонація; лаконічність; наявність лише однієї тези; заборона повторів вже відомих аргументів; можливість критики промов попередній ораторії, не переходячи на критику особистості оратора; не користуватися друкованими текстами перед аудиторією. Політичні і соціальні мітинги.

Публічні закликання – звернення до групи людей із закликом до певних дій. Види: комерційні, соціальні, політичні. Використання лозунгу як переконливого елемента.

Усний рекламний виступ, його мета. Правила підготовки: назвати предмет, товар, послугу, яка рекламується; використати для наочності сам товар (або його малюнок, фото, модель, схема тощо); розказати про його

призначення, як влаштований; назвати переваги (для тих, кому пропонується) над іншими подібними товарами; назвати вигоду після його придбання; використовувати слова з позитивною оцінкою; говорити емоційно, дружнім тоном; розказати про тих, хто добре оцінює рекламований товар; закінчити порадою, закликком, рекомендацією.

Форми монологічного красномовства піднесеного спрямування. Привітальна урочиста промова. «Рамковий» характер: виголошується на початку (вступна) або наприкінці (промова-подяка) заходу. Тривалість 3-5 хвилин. Композиційна побудова: відкриття засідання і привітання слухачів (уникати стереотипних зворотів; продумати заздалегідь, кого із присутніх видатних осіб виділити окремо); коротка характеристика події; наголошення на успіхах, досягненнях і перспективах; побажання; оголошення першого доповідача, його характеристика (особливі заслуги), надання йому слова. Вітальні ювілейні промови, їх призначення (створити святковий настрій, похвалити ювіляра).

Публічні дискусії у сучасному суспільстві. Світовий досвід розвитку традицій публічних обговорень суспільно важливих проблем.

Діалогічне (полілогічне) красномовство, його основні види: бесіда, інтерв'ю, дискусія, диспут, прес-конференція, ділова гра, вікторина тощо.

Методика підготовки і проведення інтерв'ю, вікторини.

Еристика як риторика діалогічного мовлення, в основі якого лежить спір, її жанри: дискусія, диспут, полеміка, відмінність між ними. Методика підготовки дискусивно-полемічних форм. Композиція дискусивно-полемічних форм: вступне слово ведучого, постановка проблеми, обмін думками між учасниками, формулювання спільної думки, заключне слово ведучого.

Стратегії дискусії: “змагання”, “уникання”, “пристосування”, “компроміс”, “центрування інтересів”. Види тактики поведінки у конфлікті. Головні вимоги культури спору. Поведінка учасників спору. Сократівський метод ведення діалогу (“іронія Сократа”). Національні традиції у спорі. Психологічний вплив у ході дискусії.

Постановка запитань. Класифікація запитань в еристиці: прості і складні, коректні і некоректні, позитивні і негативні (нейтральні, доброзичливі, ворожі, провокаційні), гострі. Застосування прийому “помилки багатьох питань”. Види відповідей: короткі і розгорнуті. Можливі виверти у спорі: психологічні (ставка на неіснуючий сором; перебільшений комплімент; посилення на вік, освіту або соціальний статус; перевести розмову вбік; переведення спору на протиріччя між словом і ділом; переведення питання на точку зору користі чи шкоди, перенесення часу дії, самовпевнений тон)

Дебати. Правила для учасників дебатів. Технологія проведення дебатів.

XI. Навчально-методична карта дисципліни «Університетські студії»

Разом: 180 год., лекції — 38 год., практичні заняття — 46 год., модульний контроль — 12 год.,
84 год. — самостійна робота, ПМК

Модуль	Змістовий модуль I			
Назва модуля	Я - студент			
К-сть балів за модуль	77			
Лекції	1	2	3	4
Теми лекцій	Мій Університет	Я – студент-грінченківець	Я працюю в команді	На шляху самовдосконалення й саморозвитку
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал
Теми семінарських занять (СЗ)		Життєвий і творчий шлях Б. Д. Грінченка	Методи і прийоми роботи з інформацією	Я в інформаційному середовищі
Відвідування СЗ / робота СЗ / виконання ДЗ		1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів
Самостійна робота		5 балів	5 балів	5 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота (25 балів)			
Модуль	Змістовий модуль II			
Назва модуля	Лідерство служіння			
К-сть балів за модуль	122			
Лекції	1	2	3	4
Теми семінарських	Знайомство	Лідерство	Створення команди та	Лідерський спадок

занять (СЗ)			особливості командної роботи	
Відвідування СЗ / робота СЗ /	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів
Теми семінарських занять (СЗ)		Університет та його роль у розвитку лідерства	Служіння як основний вид діяльності лідера	Конфлікти та способи їх розв'язання з позицій лідерства служіння
Відвідування СЗ / робота СЗ /		1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів
Самостійна робота	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота (25 балів)			
Модуль	Змістовий модуль III			
Назва модуля	Основи реклами			
К-сть балів за модуль	82			
Лекції	1	2	3	4
Теми лекцій	Сучасна реклама та пов'язані з нею поняття.	Учасники рекламного процесу	Професії у рекламній індустрії	Поняття рекламного продукту
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал
Теми семінарських занять (СЗ)		Учасники рекламного процесу	Професії у рекламній індустрії	Поняття рекламного продукту

Відвідування СЗ / робота СЗ / виконання ДЗ		1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів
Самостійна робота	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота (25 балів)			
Модуль	Змістовий модуль IV			
Назва модуля	Основи PR			
К-сть балів за модуль	77			
Лекції	1	2	3	4
Теми лекцій	Предмет, мета, завдання, принципи та функції PR	Загальна характеристика системи зв'язків із громадськістю	Напрями PR	Тенденції на ринку PR-послуг
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал
Теми семінарських занять (СЗ)		Предмет, мета, завдання, принципи та функції PR	Напрями PR	Тенденції на ринку PR-послуг
Відвідування СЗ / робота СЗ / виконання ДЗ		1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів
Самостійна робота		5 балів	5 балів	5балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота (25 балів)			
Модуль	Змістовий модуль V			

Назва модуля	Ораторське мистецтво модуль №1			
К-сть балів за модуль	48			
Лекції	1	2		
Теми лекцій	Вступ. Предмет, завдання та понятійний апарат навчальної дисципліни		Історичні витoki ораторського мистецтва	
Відвідування лекцій	1 бал		1 бал	
Теми семінарських занять (СЗ)			Розвиток класичної риторики та слов'янського красномовства	
Відвідування СЗ / робота СЗ / виконання ДЗ			1 + 10 = 11 балів	
Самостійна робота			5 балів	5 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота (25 балів)			
Модуль	Змістовий модуль VI			
Назва модуля	Ораторське мистецтво модуль №2			
К-сть балів за модуль	106			
Лекції	3-4	5	6	7
Теми лекцій	Концепція публічного виступу. Композиційна побудова публічної промови.	Мовне оформлення тексту публічної промови	Виголошення промови як завершальний етап ораторської дії	Роди і види ораторського мистецтва. Форми монологічного та діалогічного

				(полілогічного) красномовства
Відвідування лекцій	2 бали	1 бал	1 бал	1 бал
Теми семінарських занять (СЗ)	Композиційна побудова публічної промови	Мовне оформлення тексту публічної промови	Виголошення промови як завершальний етап ораторської дії	Роди і види ораторського мистецтва. Форми монологічного та діалогічного (полілогічного) красномовства
Відвідування СЗ / робота СЗ / виконання ДЗ	2+ 20 = 22 балів	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів	2+ 20 = 22 балів
Самостійна робота		5 балів	5 балів	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота (25 балів)			

ХІІ. ПЛАНИ ТРЕНІНГОВИХ ЗАНЯТЬ ЗІ ЗМІСТОВОГО МОДУЛЯ «ЛІДЕРСТВО СЛУЖІННЯ» БЛОКУ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН «УНІВЕРСИТЕТСЬКІ СТУДІЇ»

Заняття 1. Знайомство

Мета: познайомити учасників з особливостями курсу та його завданнями; створити доброзичливу та відкриту атмосферу; визначити очікування учасників; знайомство учасників один з одним.

Матеріал та обладнання: кольорові олівці; аркуші А4; правила роботи в групі (презентація).

План заняття:

1. Представлення викладача, завдань курсу та правил роботи в групі (7-10 хв.)
2. Вправа «Андрій, апельсин, Амстердам» (15-20 хв.)
3. Вправа «Хто я?» (25-30 хв.)
4. Вправа «Дзеркало» (20-25 хв.)
5. Вправа «Скарб мого серця» (20-25 хв.)
6. Обговорення «Універсальні цінності» (10-15 хв.)
7. Вправа «Ти знаєш, хто ти?» (7 хв.)
8. Завершення та оголошення дз (5-7 хв.)

Домашнє завдання: визначити свої найголовніші (3-5) ключові цінності та записати дії, що демонструють ці цінності.

Література: 3; 12; 18.

Заняття 2. Університет та його роль у розвитку лідерства

Мета: визначити основне завдання університету та його роль у розвитку лідерства; ознайомитись з місією КУБГ та основними цінностями; порівняти особистісні цінності та цінності університету; розробити цінності навчальної групи.

Матеріал та обладнання: аркуші А3, маркери, цінності університету (презентація), роздатковий матеріал (місія університету), проектор, відео-кліп.

План заняття:

1. Обговорення дз та визначення настрою учасників (5-7 хв.)
2. Вправа «Грім-Торнадо-Землетрус» (5-7 хв.)
3. Мозковий штурм «Університет і ми» (10-15 хв.)
4. Міні-лекція «Корпоративна культура» (5 хв.)
5. Вправа «Місія Університету» (15-20 хв.)
6. Міні-лекція «Цінності університету» (5 хв.)
7. Вправа «Цінності єднають?» (20-25 хв.)
8. Відео «Володар пернів» (10 хв.)
9. Обговорення «Демонстрація культури» (10-15 хв.)
10. Завершення та визначення дз (5-10 хв.)

Домашнє завдання: проаналізувати місію та цінності кількох організацій (національних та іноземних; прибуткових та неприбуткових; виробничі та підприємства сфери послуг).

Література: 1; 5; 11; 18; 21.

Заняття 3. Лідерство

Мета: визначити поняття лідерство, розмежувати його з поняттями «керівництво», «управління», «влада»; ознайомити студентів з теоріями та концепціями лідерства; визначити основні принципи лідерства служіння.

Матеріал та обладнання: відео-кліпи; презентації (теорії лідерства, лідерство служіння).

План заняття:

1. Обговорення дз та визначення настрою учасників (5-7 хв.)
2. Вправа «Стихія лідера» (10-15 хв.)
3. Відео TED (What it takes to be a great leader) (12 хв.)
4. Обговорення «Лідерство» (10 хв.)
5. Міні-лекція «Теорії та концепції лідерства» (7 хв.)
6. Мозковий штурм «Лідерство – Керівництво – Менеджмент – Управління» (10 хв.)
7. Обговорення «Вплив та мотивація» (7-10 хв.)
8. Вправа «Штовхай - Веди» (10-15 хв.)
9. Обговорення «Парадигми лідерства. Криза лідерства» (7-10 хв.)
10. Відео «Малюк» (15-20 хв.)
11. Завершення та обговорення дз (5-7 хв.)

Домашнє завдання: проаналізувати ситуацію з власного досвіду або з інших джерел (фільм, книга тощо), де герой намагався контролювати ситуацію з позиції сили.

Література: 7; 10; 19; 20.

Заняття 4. Служіння як основний вид діяльності лідера

Мета: визначити поняття служіння у контексті лідерства; розмежувати поняття «бажання» та «потреби»; ознайомитись з ієрархією потреб А.Маслоу; ознайомитись з поглядом Р. Грінліфа на типи лідерів; проаналізувати уміння слухати як ключовий навик лідера.

Матеріал та обладнання: роздатковий матеріал (кейси), піраміда потреб (презентація).

План заняття:

1. Обговорення дз та вивчення настрою учасників (5-7 хв.)
2. Обговорення «Служіння» (7-10 хв.)
3. Міні-лекція «Піраміда потреб А. Маслоу» (7 хв.)
4. Вправа «Ідеальний лідер – Ідеальний слуга» (15-20 хв.)
5. Міні-лекція «Лідер слуга (за Р.Грінліфом)» (5-7 хв.)
6. Вирішення кейсів «Лідерство служіння у реальному житті» (20 хв.)
7. Вправа «Гаманець лідера» (10-15 хв.)

8. Рольова гра «Почуй мене» (15-20 хв.)
9. Вправа «Телефон» (10-15 хв.)
10. Вправа «Відмінності» (15-20 хв.)
11. Вправа «Лего» (15-20 хв.)
12. Вправа «Лідерські руки» (15-20 хв.)
13. Вправа «Рахуємо» (10-15 хв.)
14. Завершення та оголошення дз (5-7 хв.)

Домашнє завдання: проаналізувати статтю про компанію «First Fruits of Washington» та визначити способи, якими лідери компанії задовольняють потреби людей.

Література: 4; 8; 13; 19.

Заняття 5. Створення команди та особливості командної роботи

Мета: розмежувати поняття «група», «команда», «колектив», «громада»; розглянути способи залучення інших до спільної діяльності; проаналізувати способи розвитку лідерського потенціалу членів команди; визначити основні критерії успішної команди.

Матеріал та обладнання:

План заняття:

1. Обговорення дз та визначення настрою учасників (5-7 хв.)
2. Вправа «Один у полі» (10-15 хв.)
3. Вправа «Повітряні хмарочоси» (15-20 хв.)
4. Мозковий штурм «Група – команда – колектив» (5-7 хв.)
5. Вправа «Дрім Тім» (15-20 хв.)
6. Відео «Подарунок рабина» (20-25 хв.)
7. Обговорення «Острів безпеки» (15-20 хв.)
8. Вправа «Лист пошани» (10-15 хв.)
9. Відео (15-20 хв.)
10. Вправа «Палиця довіри» (10-15 хв.)
11. Вправа «Сіли-Встали» (7-10 хв.)
12. Вправа «Людська павутина» (7-10 хв.)
13. Завершення та оголошення дз (5-7 хв.)

Домашнє завдання: розв'язання кейсів; он-лайн тест Томаса на визначення стилю поведінки у конфліктній ситуації.

Література: 3; 7; 8; 17; 21.

Заняття 6. Конфлікти та способи їх розв'язання з позицій лідерства служіння.

Мета: визначити поняття конфлікту, його види та причини; розглянути стилі поведінки у конфліктних ситуаціях (за К. Томасом); визначити шляхи розв'язання конфліктів.

Матеріал та обладнання: відео-кліпи, аркуші А3, маркери, аркуші А4, кольорові олівці, шляхи розв'язання конфліктів (презентація), м'яч, роздатковий матеріал (кейси).

План заняття:

1. Обговорення дз та визначення настрою учасників (5-7хв.)
2. Відео «Вілсон» (15-20 хв.)
3. Вправа «Що я знаю про конфлікт» (7-10 хв.)
4. Вправа «Алфавіт емоцій» (7-10 хв.)
5. Мозковий штурм «Переваги та недоліки конфліктів» (10-15 хв.)
6. Діагностична вправа «Я у конфлікті» (15 хв.)
7. Міні-лекція «Шляхи розв'язання конфліктів» (15 хв.)
8. Вправа «Чотири квадрати» (15-20 хв.)
9. Вправа «Гідна відповідь» (15-17 хв.)
10. Обговорення кейсів (20 хв.)
11. Відео «Знедолені» (17 хв.)
12. Вправа «Нас з тобою єднає...» (10-15 хв.)
13. Завершення та оголошення дз (5 хв.)

Домашнє завдання: Пригадати конфліктну ситуацію з власного досвіду; написати шлях вирішення цієї ситуації з позицій лідерства служіння; виконати вправу «Чотири квадрати» для людини, з якою часто виникають непорозуміння.

Література: 1; 5; 9; 16; 21.

Заняття 7. Лідерський спадок

Мета: підбиття підсумків занять; узагальнення понять; презентація проектів.

Матеріал та обладнання: .

План заняття:

1. Обговорення дз та визначення настрою учасників (5-7 хв.)
2. Вправа «Моя книга» (10-15 хв.)
3. Вправа «Світе, почуй мене!» (10-15 хв.)
4. Відео «У мене є мрія» (10-15 хв.)
5. Вправа «Через сто років» (10-15 хв.)
6. Вправа «Лист собі» (10-15 хв.)
7. Презентація проектів (30-40 хв.)
8. Завершення та узагальнення курсу (10 хв.)

Література: 3; 8; 12; 18; 20.

ОСНОВИ РЕКЛАМИ
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І
ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття 1**Мотиви, що використовуються в рекламі**

Мета: розглянути та проаналізувати мотиви, що використовуються у рекламних повідомленнях.

Питання до обговорення:

1. Соціальні мотиви: мотив гордості і патріотизму, мотив порядності, мотив соціальної відповідальності.
2. Раціональні мотиви: мотив прибутковості (економічний мотив), мотив здоров'я, мотив надійності і гарантій, мотив зручності і додаткових переваг.
3. Емоційні мотиви: мотив любові, мотив свободи, мотиви радощів і жартівливі мотиви, мотив відкриття, мотив власної значущості і самореалізації, мотив страху.

Основна література

1. Головлева Е.Л. Основы рекламы. Учебное пособие / Е.Л.Головлева. – М. : ЗАО «Издательский Дом «Главбух», 2003.
2. Мудров А.Н. Основы рекламы: учебник / А.Н.Мудров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Магистр, 2008. – 397 с. : илл.
3. Ромат Е.В. Реклама : Краткий курс / Е.В.Ромат. – 2-е изд. – СПб : Питер, 2009. – 207 с.
4. Романов А.А., Васильев Г.А., Поляков В.А. Разработка рекламного продукта : Учеб.пособие / А.А.Романов, Г.А.Васильев, В.А.Поляков. – М. : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. – 256 с.

Додаткова література

1. Закон України “Про рекламу”. – 1996 р.
2. Бове К., Аренс У. Современная реклама / К.Бове, У.Аренс. – Тольятти, 1995.

Практичне заняття 2**Професії у рекламній індустрії**

1. Перелічити професії у рекламній індустрії.
2. Проаналізувати структуру креативного відділу рекламного агентства.
3. Написати кваліфікаційну характеристику копірайтера.

Практичне заняття 3**Класифікація брифів та цільових аудиторій**

1. Перелічити та дати характеристику основних рекламних моделей (формул).
2. Розглянути критерії, що враховуються при виборі оптимальних засобів поширення реклами.

3. Перелічити види брифів та складові креативного брифу.
4. Розробити рекламне повідомлення за заданим брифом.

ОСНОВИ PR **МІСЦЕ І РОЛЬ PR У ЖИТТІ СУСПІЛЬСТВА**

Семінар 1.

1. Визначення зв'язків з громадськістю.
2. Сутність та зміст зв'язків з громадськістю.
3. Співвідношення PR та суміжних сфер діяльності.
4. Функції PR в контексті відносин організація-громадськість.
5. Функції PR в різних суспільних середовищах.

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 рилейшнз. 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.

Семінар 2.

СПЕЦИФІКА РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ

1. Типи паблік рилейшнз.
2. Моделі PR.
3. PR. Версія 2.0. Сутність, завдання, принципи.
4. Етапи становлення технологій соціальних медіа, класифікація та можливості взаємодії мережевих акторів.

Основна література:

1. Королько В.Г. Паблік рилейшнз. 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. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии / Г.Г. Почепцов. – М.: Центр, 2003. – 381 с.
4. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 1999. – 348 с.
5. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика / Г.Г. Почепцов. – К.: Альтер-пресс, 2008. – 408 с.

Семінар 3.

ПРОФЕСІОГРАМА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

1. Форми ПР-діяльності: власна служба; консультативна; індивідуальна; змішана.
2. Структура служби зв'язків із громадськістю.
3. Обов'язки ПР-менеджера.

Основна література:

1. Балабанова Л. В. Паблік рилейшнз : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, К. В. Савельєва. — К. : Професіонал, 2008. — 528 с.
2. Білоус В.С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності./ В.С. Білоус. - Навч.посіб. - К.,2005.- 275 с.
3. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю : [конспект лекцій] / Ліна Михайлівна Вежель. – К. : Ін-т журналістики, 2008. – 68 с. Інститут журналістики, 2008. – 68 с.
4. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю: навч. посіб. / Л. М. Вежель. – К. : ВПЦ Київський університет, 2011. – 123 с.
5. Гавра Д. П. Современные теории и стратегии в сфере PR : учебн. пособ. / Д. П. Гавра, Д. П. Шишкин. — СПб: НОУ Невский институт языка и культуры, 2006. — 83 с.
6. Гундарин М. В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации. 2-е изд., доп. – СПб. : Питер, 2009. – 336 с. : ил. – (Совет директоров).
7. Кондратьев Э. В., Абрамов Р. Н. Связи с общественностью: учеб. пособие для высшей школы / Под общ. ред. С. Д. Резника. – Изд. 5-е, испр. и доп. – М. : Академический Проект, 2008. – 510 с.

8. Кочеткова А. В., Филиппов В. Н., Скворцов Я. Л., Тарасов А. С. Теория и практика связей с общественностью. – СПб. : Питер, 2010. – 240 с.: ил. – (Учебник для вузов)

«ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО»

Практичне заняття 1

Риторичний аналіз тексту публічної промови

Вправа 1

Мета – формувати вміння риторичного концептуально-композиційного аналізу друкованого тексту публічної промови.

Хід проведення

1. Викладач роз'яснює алгоритм проведення риторичного композиційного аналізу тексту промови.
2. Студенти самостійно працюють з текстами промов класичних та сучасних ораторів.
3. Оголошують результати роботи над риторичним аналізом промови.

Практичне заняття 2

Конструювання композиційних частин промови

Мета – формувати вміння студентів конструювати та логічно добирати вступ і завершення промови

Вправа 1

Хід проведення

- Студенти письмово опрацьовують завдання.
- Публічно проголошують складені частини текстів (вступи і висновки).

Завдання

Почніть виступ у відповідних умовах (вам потрібно пов'язати тему виступу з ситуацією, тобто придумати відповідну зав'язку):

1. Ви повинні розповісти про книжні новинки одногрупникам, які тільки що повернулися з заняття фізичної культури;
2. Ви запрошуєте учнів XI класу на “День відкритих дверей КНУКіМ”, а вони перед цим писали контрольну роботу по фізиці;
3. Ви пропонуєте одногрупникам відвідати музей воскових фігур, а у них завтра іспит з “Теорії та історії ПР”;

Примітка: при необхідності ситуаційне завдання може бути викладачем зміненим.

Вправа 2

Завдання

Запропонуйте початок виступу, який побудований на антитезі (протиставлення двох протилежних думок або образів), сформулюйте проблему виступу:

1. Зазвичай людям літнього віку сьогодення уявляється безрадісним, а ...; У минулі роки до артистів ставилися зневажливо, а ...; Наука впливає на наш розум, а ...; Одним навчання приносить радість, іншим ...; Одні люди звикли жалітися, що їм не вистачає грошей, іншим ...

Вправа 2

Мета – формувати вміння визначати основний зміст майбутнього виступу.

Хід проведення

1. Роз'яснення викладачем завдання.
2. Самостійна підготовка кожним студентом завдання
3. Перевірка виконаного завдання.
4. Аналіз результатів.

Завдання

На одну із запропонованих викладачем тем студенти готують план промови.

Рекомендований хід виконання: Розділіть об'єми обраних понять (тем) на 6-7 складових (тобто проблем). Оберіть з них три проблеми, по кожній з них напишіть свою тезу і в якості репетиції розкажіть на базі цих тез, якій темі буде присвячений ваш виступ.

Перелік тем:

“Сучасна реклама: добро чи зло?”, “«Білий» і «Чорний ПР»”, “Проблеми платної освіти: які вони?” , “Положення людей пенсійного віку в нашій країні”, “Положення молоді в Україні”, “Комп'ютер в нашому житті”, “Досвід студентського життя першокурсника”, “Сучасна мода: яка вона?”, “Вибір професії як важливий крок на шляху до майбутнього”, «Молодіжна культура: протиставлення чи прояв оригінальності?» та інші.

Практичне заняття 3

Мовні засоби виразності

Мета: формувати вміння студентів застосовувати у виступах відповідні мовні засоби виразності.

Вправа 1

Мета – формування вміння складати розгорнуті роз'яснення сутності предметів, явищ, подій, абстрактних понять тощо, не користуючись шаблонними фразами і без попередньої підготовки (завдання виконується студентами в усній формі без попередньої підготовки).

Завдання

поясніть, що таке: гвинтові сходи, фонтан, Ейфелева вежа, степові простори України, емоція, пісня, квіток, зв'язок, дзеркало, мова, радість, звук, замерзла ріка, знання, телефон, музика, танок, змагання, час, комп'ютерна мишка, груша, сигнал, слово, повінь, злива, свято, Венеція, страйк, вибори, архів і т.д.

Вправа 2

Мета – формування уміння застосовувати різні номінативні засоби.

Вступне слово викладача:

Ідея, яку оратор виголошує у своїй промові, повинна звучати неодноразово, однак повтор має бути у різних формах. Повтор в одній формі може викликати у слухачів недовіру, враження того, що їм намагаються щось “нав’язати”.

Завдання

Запропонуйте різні способи висловлення однієї і тієї ж ідеї у формі 4 речень:

- необхідно захищати природу;
- держава повинна турбуватися про безробітних;
- суспільству потрібні чесні політики;
- людина у житті повинна займати активну позицію
- тощо

Вправа 3

Мета: формувати уміння розширення фраз.

Завдання

Використовуючи прийом розширення фрази, створіть нову синтаксичну конструкцію:

1. На столі стола ваза з квітами.
2. Співробітник запізнився.
3. Діти йшли до школи.
4. Колектив очікував нараду.
5. Студенти слухають лекцію.
6. Після дощу з’явилася калюжа.
7. По вулиці поспішав чоловік. і т.д.

Вправа 4

Мета: формувати уміння популяризувати текст промови.

Роз’яснення викладача: Популяризація в риторичі – це роз’яснення складних понять через прості. Володіння цим прийомом – важлива умова ефективного публічного виступу.

Завдання

Під диктовку викладача студенти записують слова іншомовного походження, дають їх роз’яснення (популяризують). Після диктанту колективна перевірка і обговорення помилок. Складання речень з використанням прийому популяризації.

Практичне заняття 4

Техніка виголошення промов

Мета: формувати навички поведінки оратора під час публічного виступу, розвивати мисленнево-мовленнєві здібності і пам’ять.

Завдання

Виголосити перед аудиторією текст промови, концептуальний задум якої був розроблений в самостійній роботі до теми 2.1 (тривалість промови не більше 3-5 хвилин).

Вправа 1

Завдання

Завершити речення, придумавши по три варіанти до кожного. Студент отримує картку з текстом. Кількість речень може бути збільшена.

Вправа 2

Завдання

Необхідно усно без попередньої підготовки розвинути думку 5-6 реченнями, яка починається словами, наведеними на картці, яку отримує студент

Вправа 3

Завдання

Прочитайте текст. Розділіть його на смислові частини. Виділіть в кожній ключові слова і выпишіть їх. Перекажіть текст, користуючись ключовими словами.

Практичне заняття 5-6

Технологія розробки і виголошення монологічних форм

Завдання 1

Мета: формувати практичні уміння готувати тексти і публічно презентувати монологічні форми красномовства.

Хід проведення

Студенти публічно виголошують самостійно підготовлені промови (Див. завдання для самостійної роботи до теми 1, 2).

Практичне заняття 7

Проведення диспуту

Мета: формувати навички поведінки при участі у дискусивно-полемічних формах.

Завдання

1. Проведення диспуту.
2. Здійснити аналіз проведеної форми.

ХІІІ. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ З БЛОКУ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН «УНІВЕРСИТЕТСЬКІ СТУДІЇ»

Я - СТУДЕНТ

Змістовий модуль І (14 год.)

Тема 1. Мій Університет.

Тема 2. Методи і прийоми роботи з інформацією.

Тема 3. На шляху самовдосконалення й саморозвитку

ЛІДЕРСТВО СЛУЖІННЯ

Змістовий модуль І.

Тема 1. Університет та його роль у розвитку лідерства

Створити завдання до квесту «Чим особливий наш Університет?»

Тема 2. Лідерство

Написати есе про особистість-справжнього лідера

Тема 3. Конфлікти та способи їх розв'язання з позицій лідерства служіння

Провести анкетування у соціальних мережах про типи розв'язання конфліктів

Тема 4. Лідерський спадок

Проаналізувати, що стало важливим при вивченні модуля «Лідерство служіння»

ОСНОВИ РЕКЛАМИ

Змістовий модуль І. (14 годин)

Тема 4. Сучасна реклама та пов'язані з нею поняття — 4 год.

1. Дати визначення реклами та назвати її основні риси — 1 год.
2. Охарактеризувати вимоги до фахівців в галузі реклами — 1 год.
3. Дати характеристику соціальної та політичної реклами — 1 год.
4. Проаналізувати типи рекламних агентств — 1 год.

Тема 5. Учасники рекламного процесу — 4 год.

1. Дати визначення понять «рекламодавець», «виробник реклами», «споживач» - 1 год.
2. Охарактеризувати цільові групи споживачів — 1 год.
3. Назвати регулюючі органи в рекламній діяльності — 1 год.
4. Скласти в схему взаємодії учасників рекламного процесу — 1 год.

Тема 6. Професії у рекламній індустрії — 3 год.

1. Перелічити та охарактеризувати професії у рекламній індустрії — 1

год.

2. Перелічити та охарактеризувати професії у PR-індустрії — 1 год.
3. Написати кваліфікаційну характеристику копірайтера — 1 год.

Тема 7. Поняття рекламного продукту — 3 год.

1. Дати визначення поняття “реklamний продукт” - 1 год.
2. Охарактеризувати етапи створення рекламного продукту — 1 год.
3. Перелічити види брифів та складові креативного брифу (підібрати зразки різних видів брифу) — 1 год.

ОСНОВИ PR

Тема 1-2. Предмет, мета, завдання, принципи та функції PR. Загальна характеристика системи зв'язків із громадськістю – 2 год.

1. Складіть таблицю «Основні принципи зв'язків з громадськістю», виконуючи такі завдання:
 1. Ознайомтеся з основними принципами побудови зв'язків з громадськістю. З'ясуйте, як принципи PR впливають на функції зв'язків з громадськістю.
 2. З'ясуйте і проаналізуйте всі 10 принципів діяльності в сфері PR, сформульованих Д. Ньюсом, А.Скоттом і Дж. Турком.
2. Переглянути художній фільм «Гра змінилася» та підготувати есе: «Портрет сучасного піарника».

Теми 3-4. Тенденції на ринку PR-послуг – 12 год.

1. Простежити етапи становлення технологій соціальних медіа, класифікація та можливості взаємодії мережевих акторів.
Завдання: скласти таблицю «Порівняння технологій веб 1.0, веб 2.0 і веб 3.0» за такими критеріями: опис мережі, оформлення, послуги, участь ідентифікації користувачів, рівень доступу до даних, мережа як інструмент мас-медіа.
2. Скласти таблицю «Вимоги до особистих та професійних якостей спеціалістів з зв'язків з громадськістю».
3. Створити презентацію одного з провідних практикуючих піарника України.
4. Розробити проект посадової інструкції PR-менеджера.

ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО (28 годин)

Завдання для самостійної роботи модуль №1

1. Виконати риторичний аналіз тексту однієї із запропонованих промов:
 - Промова Івана Франка на його ювілейному святі 1898 р. [38, С.246-247];
 - Промова Михайла Грушевського «В огні і бурі». [38, С.253-254]

2. Розробити три варіанти вступу на одну й ту ж саму тему, користуючись різними прийомами активізації слухачів.

Теми виступів для виконання завдання: “Сучасна реклама: добро чи зло?”, “«Білий» і «Чорний ПР»”, “Проблеми платної освіти: які вони?”, “Положення людей пенсійного віку в нашій країні”, “Положення молоді в Україні”, “Комп’ютер в нашому житті”, “Досвід студентського життя першокурсника”, “Сучасна мода: яка вона?”, “Вибір професії як важливий крок на шляху до майбутнього”, «Молодіжна культура», та інші.

Прийоми активізації: звернення до події, часу, місця виголошення промови; виклик зацікавленості через інтригу; звернення до конфлікту, суперечки; демонстрація певного предмету; розповідь про себе, свій досвід; цитування відомого; історичний епізод; посилення на загальнодоступне джерело інформації; риторичні запитання.

Підберіть і запишіть до конспекту цитати, приказки, прислів’я, афоризми присвячені одній темі (людські вчинки).

Здійснити мовно-стилістичний аналіз промови О.Довженка «Слово до молоді» (виписати риторичні тропи і риторичні фігури) [38, С.262-265].

Завдання для самостійної роботи модуль №2

1. Підготуйте для виголошення текст промови, концептуальний задум якої був розроблений в самостійній роботі до теми 2.1 (тривалість промови не більше 5 хвилин).
 2. Проведіть тренінги на запам’ятовування тексту.
 1. Складіть текст і приготуйтеся до публічного проголошення промови-самопрезентації для участі у виборах до студентського парламенту (3 хв.)
 2. На вибір (одну):
 - Підготувати епідейктичну промову своєму місту, де народився.
 - Підготувати подячну промову батькам.
 - Підготувати вітальну промову викладачам до дня кафедри реклами та зв’язків з громадськістю.
- Тривалість 3 хв.
3. Підготуватися до диспуту. Підбір фактичного матеріалу для аргументації.

**КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА З МОДУЛЯ
«Я - СТУДЕНТ» БЛОКУ «УНІВЕРСИТЕТСЬКІ СТУДІЇ»**

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали
Змістовий модуль I		
Мій Університет. Я – студент-грінченківець	модульний контроль	5
Методи і прийоми роботи з інформацією. Я в інформаційному просторі	модульний контроль	5
На шляху самовдосконалення й саморозвитку	модульний контроль	5
<i>Разом: 14 год.</i>	<i>Разом: 15 балів</i>	

**КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА
З МОДУЛЯ ОСНОВИ PR
БЛОКУ «УНІВЕРСИТЕТСЬКІ СТУДІЇ»**

**КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА З МОДУЛЯ
«ЛІДЕРСТВО СЛУЖІННЯ» БЛОКУ «УНІВЕРСИТЕТСЬКІ СТУДІЇ»**

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали
Змістовий модуль I		
Університет та його роль у розвитку лідерства	модульний контроль	5
Лідерство	модульний контроль	5
Конфлікти та способи їх розв'язання з позицій лідерства служіння	модульний контроль	5
Лідерський спадок	модульний контроль	5
<i>Разом: 14 год.</i>	<i>Разом: 20 балів</i>	

**КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА
З МОДУЛЯ «ОСНОВИ РЕКЛАМИ» БЛОКУ
«УНІВЕРСИТЕТСЬКІ СТУДІЇ»**

Таблиця 6.1.3

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали
Змістовий модуль I Видавництво і видавнича продукція (14год.)		
Сучасна реклама та пов'язані з нею поняття	Практичне заняття, модульний контроль	5
Учасники рекламного процесу	Практичне заняття, модульний контроль	5 5
Професії у рекламній індустрії	Практичне заняття, модульний контроль	5
Поняття рекламного продукту	Практичне заняття, модульний контроль	
<i>Разом: 14 год.</i>	<i>Разом: 20 балів</i>	

**КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА
З МОДУЛЯ ОСНОВИ PR
БЛОКУ «УНІВЕРСИТЕТСЬКІ СТУДІЇ»**

Таблиця 6.1.4

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
Змістовий модуль I. Світ PR-комунікацій. професіограма зв'язків з громадськістю			
Тема 1. Предмет, мета, завдання, принципи та функції PR	Індивідуальне заняття, семінарське заняття, екзамен	5	I-II
Тема 2. Загальна характеристика системи зв'язків із громадськістю	Есе, модульний контроль, екзамен		
Тема 3. Напрями PR	Індивідуальне заняття, екзамен	5	IV
Тема 4. Тенденції на ринку PR-послуг	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	VI
<i>Разом: 14 год.</i>	<i>Разом: 15 балів</i>		

**КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА
З МОДУЛЯ ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО
БЛОКУ «УНІВЕРСИТЕТСЬКІ СТУДІЇ»**

Таблиця 6.1.5

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали
Змістовий модуль I Видавництво і видавнича продукція (14год.)		
Виконати риторичний аналіз тексту	Практичне заняття, модульний контроль	5
Розробити три варіанти вступу на одну й ту ж саму тему, користуючись різними прийомами активізації слухачів	Практичне заняття, модульний контроль	5
Підготуйте для виголошення текст промови	Практичне заняття, модульний контроль	5
Підготуватися до диспуту	Практичне заняття, модульний контроль	5
Разом: 28 год.	Разом: 20 балів	

XIV. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення студентів із блоку дисциплін «Університетські студії» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок з кожної дисципліни блоку; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Вивчення студентами навчальної дисципліни «Університетські студії» завершується підсумковим контролем – заліком за результатами засвоєння всіх чотирьох змістових модулів – «Я – студент», «Лідерство служіння», «Основи реклами», «Основи PR» та «Ораторське мистецтво».

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти, де зазначено види.

Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 7.6.

Таблиця 7.1

**Розрахунок рейтингових балів за видами поточного
(модульного) контролю модуля «Я – студент»**

№	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього го
1.	Відвідування лекцій	1	4	4
2	Відвідування практичних занять	1	3	3
3.	Виконання завдання з самостійної роботи	5	3	15
4	Робота на семінарському занятті	10	3	30
6.	Модульна контрольна робота	25	1	25
	Разом			77

Таблиця 7.2

**Розрахунок рейтингових балів
за видами поточного (модульного) контролю
зі змістового модуля «Лідерство служіння»**

№ п/п	Вид діяльності	Кількість рейтингових балів
1.	Тренінгові заняття	77
2	Модульна контрольна робота	25
3	Самостійна робота	20
	Підсумковий рейтинговий бал	122

Таблиця 7.3

**Розрахунок рейтингових балів
за видами поточного (модульного) контролю
зі змістового модуля «Основи реклами»**

№ з/п	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1.	Відвідування лекцій	1	4	4
2.	Відвідування практичних	1	3	3
3.	Виконання завдання з самостійної роботи	5	4	20
4.	Робота на практичному занятті	10	3	30
5.	Модульна контрольна робота	25	1	25
	Разом			82

Таблиця 7.4

Розрахунок рейтингових балів

**за видами поточного (модульного) контролю
зі змістового модуля «Основи PR»**

№	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1	Відвідування лекцій	1	4	4
2	Відвідування практичних (семінарських) занять	1	3	3
3	Виконання завдання з самостійної роботи (домашнього завдання)	5	3	15
4	Робота на семінарському занятті	10	3	30
5	Модульна контрольна робота	25	1	25
максимальна кількість балів 77				

Таблиця 7.5

**Розрахунок рейтингових балів
за видами поточного (модульного) контролю
«Ораторське мистецтво»**

№ з/п	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1.	Відвідування лекцій	1	7	7
2.	Відвідування практичних	1	7	7
3.	Виконання завдання з самостійної роботи	5	4	20
4.	Робота на практичному занятті	10	7	70
5.	Модульна контрольна робота	25	2	50
	Разом			154

Таблиця 7.6

**Розрахунок рейтингових балів
за видами поточного (модульного) контролю
з блоку «Університетські студії»**

№ з/п	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1.	Відвідування лекцій	1	19	19
2.	Відвідування практичних	1	16	16
3.	Виконання завдання з самостійної роботи	5	14	70
4.	Робота на практичному занятті	10	16	160
5.	Модульна контрольна робота	25	5	125
	Разом			390
Коефіцієнт 3,9				

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

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

➤ **Методи письмового контролю:** модульне письмове тестування; творчі, дослідницькі завдання (домашні й аудиторні).

➤ **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Модульний контроль з здійснюється через розробку проекту.

Проект спрямований на застосування навичок, набуток протягом курсу, а також демонстрацію принципів лідерства служіння. Робота може виконуватись як індивідуально, так і всією групою (за бажанням студенти можуть об'єднуватись у міні-групи). Головним завданням проекту має бути подолання певних проблем, що існують у громаді (група, Інститут, Університет, мешканці району, міста тощо).

В описі проекту має бути зазначено:

- ✓ назва проекту;
- ✓ мета (основна ідея, яку учасники намагатимуться втілити у життя);
- ✓ актуальність (стан проблеми, на розв'язання якої направлений проект, яким чином ситуація впливає на певну соціальну групу та суспільство загалом);
- ✓ результати (досягнення на кожному етапі проекту);
- ✓ цільова група (категорія людей, чиєї життя покращиться у результаті втілення проекту);
- ✓ завдання (основні кроки, спрямовані на досягнення мети проекту);
- ✓ план реалізації (план-графік запланованих заходів);
- ✓ бюджет (основні витрати, які необхідні для реалізації проекту);
- ✓ подальший розвиток проекту (перспективні напрями діяльності після реалізації проекту).

Таблиця 8.2

Порядок переведення рейтингових показників успішності

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90-100 балів	Відмінно — відмінний рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу з, <u>можливими, незначними</u> <u>недоліками</u>
B	82-89 балів	Дуже добре — достатньо високий рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу без суттєвих грубих помилок
C	75-81 балів	Добре — в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74 балів	Задовільно — посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю <u>недоліків</u> , достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
E	60-68 балів	Достатньо — мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	35-59 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання — незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34 балів	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу — досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

XV. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації:

- *Словесні*: лекція (традиційна, проблемна, лекція-прес-конференція) із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій (PowerPoint – Презентація), 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 колективних та індивідуальних творчих і науково-дослідних завдань.

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

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

XVI. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- ✓ опорні конспекти лекцій;
- ✓ теоретичні літературознавчі й лінгвістичні дослідження;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ практичні завдання;
- ✓ навчальний посібник «Я – студент»;
- ✓ засоби підсумкового контролю;
- ✓ робочий зошит.

XVII. ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ ДО КУРСУ «УНІВЕРСИТЕТСЬКІ СТУДІЇ»

ОСНОВИ РЕКЛАМИ, ОСНОВИ PR та ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО

1. Аналіз визначень „паблік рилейшнз”.
2. Предмет і об’єкт паблік рилейшнз як науки та управлінської діяльності.
3. Сутність і основні елементи системи зв’язків з громадськістю.
4. Аспекти функціонування системи зв’язків з громадськістю.
5. Функції системи зв’язків із громадськістю.

6. Зв'язки з громадськістю та пропаганда, маркетинг, реклама (співвідношення понять і методів).
7. Типи паблік рилейшнз.
8. Професіограма фахівця зі зв'язків з громадськістю.
9. Посадові обов'язки в PR.
10. Сучасні кадрові тенденції на ринку PR-послуг.
11. Професійні вимоги до спеціалістів в галузі PR.
12. PR-служба та її підрозділи.
13. Обов'язки PR-менеджера.
14. Репутація та імідж: спільне та відмінне.
15. Мета, завдання, особливості, аудиторія комерційних паблік рилейшнз.
16. Мета та завдання політичних паблік рилейшнз.
17. Роль PR в Уряді.
18. Особливості методик соціальних паблік рилейшнз.
19. Спонсоринг як складова соціальних паблік рилейшнз. Мотивація спонсорингу.
20. Фанд-рейзинг як складова соціальних паблік рилейшнз. Мотивація фанд-рейзингу.
21. Напрямки наукових паблік рилейшнз.
22. Актуальні питання наукових паблік рилейшнз.
23. Інструментарій наукових паблік рилейшнз.
24. PR в концертній галузі.
25. PR в кіноіндустрії та театральній справі.
26. Ораторське мистецтво як соціальне явище
27. Закон ступеневої послідовності як основа визначення предмету ораторського мистецтва.
28. Ораторське мистецтво як наука, його зв'язок з іншими науками.
29. Основні категорії класичної риторики, які закладні в основу сучасних риторичних принципів.
30. Стилi ділового мовлення: ритуальний, маніпулятивний, гуманістичний.
31. Первинні вимоги до професійної мовленнєвої діяльності та основні показники рівня його сформованості.
32. Психологічні аспекти ділового мовлення
33. Національні особливості культури ділового мовлення.
34. Міфологія красномовства Стародавньої Греції і Риму.
35. Передумови інтенсивного розвитку риторики в Давній Греції у V – VII ст. Вплив софістики.
36. Вплив Горгія і Лісія на розвиток риторики Ст. Греції.
37. Оратори похвального красномовства Корака та Ісократ.
38. Внесок Сократа та його учня Платона у розвиток ораторського мистецтва античності.
39. Внесок Арістотеля та Демосфена у розвиток теорії і практики красномовства.

40. Характерні ознаки давньоримської риторики. Ораторський ідеал Стародавнього Риму.
41. Нова риторика періоду Римської імперії. Педагогічна риторика Квінтіліана.
42. Загальна характеристика розвитку риторики за часів середньовіччя.
43. Розвиток риторики в епоху Відродження та часів Просвітництва.
44. Вплив грецької міфології та античної риторики на Київську Русь. Розквіт ораторських жанрів на Русі в XI-XII ст.
45. Полемічна творчість Івана Вишенського та мовна спадщина Григорія Сковороди.
46. Києво-Могилянська академія, її вплив на розвиток вітчизняного ораторства.
47. Феофан Прокопович, його фундаментальна праця “Про риторичне мистецтво”.
48. М.В. Ломоносов як засновник російськомовної риторичної системи.
49. Базові закони інвенції: концептуальний закон та закон моделювання аудиторії. Їх значення для ораторської діяльності.
50. Вироблення концепції в ораторстві. Послідовність дій оратора.
51. Цільова установка публічного виступу, її різновиди. Вимоги до складання промов різної цільової установки.
52. Аргументація як основна складова диспозиції. Дотримання законів логіки.
53. Виклад як основна складова диспозиції. Моделі викладу матеріалу виклад.
54. Композиція промови. Вимоги до написання вступу, різновиди фіналу.
55. Елокуція як етап мовного (вербального) оформлення промови.
56. Робота над мовною формою виступу. Доступність викладу матеріалу.
57. Особливості використання фактичних засобів.
58. Риторичні тропи та риторичні фігури.
59. Закони публічного виступу. Закон емоційності промови. Закон поваги адресату і отримання задоволення від спілкування. Закон діалогічної взаємодії учасників.
60. Канали впливу на оратора. Інтонування промови. Рух оратора.
61. Образ оратора та особливості поведінки під час публічного виступу.
62. Історичні підходи до класифікації красномовства.
63. Сучасна класифікація родів красномовства на основі домінуючої функції, яку виконує промова з соціальної точки зору.
64. Загальна характеристика соціально-політичного та судового красномовства.
65. Загальна характеристика академічного та соціально-побутового красномовства.
66. Загальна характеристика богословсько-церковного та протокольно-етикетного красномовства.
67. Форми монологічного красномовства інформаційного спрямування.

68. Форми монологічного красномовства, спрямовані на заклик до дії.
69. Форми монологічного красномовства піднесеного спрямування.
70. Суспільне значення публічних дискусій.
71. Методика підготовки і проведення інтерв'ю, вікторини.
72. Дискусія, диспут, полеміка: відмінність між ними. Методика підготовки дискусивно-полемічних форм. Композиція.
73. Стратегії дискусій.

XVIII. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

ОСНОВИ РЕКЛАМИ

Основна література:

1. Божкова В.В., Мельник Ю.М. Реклама та стимулювання збуту : навчальний посібник / В.В.Божкова, Ю.М.Мельник. – К. : ЦУЛ, 2009. – 200 с.
2. Головлева Е.Л. Основы рекламы. Учебное пособие / Е.Л.Головлева. – М. : ЗАО «Издательский Дом «Главбух», 2003.
3. Королько В.Г. Основы паблік рилейшнз / В.Г.Королько. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2001. – 528 с.
4. Курбан О.В. Моделювання PR-процесів: [Монографія] / О.В.Курбан. – К. : Українська конфедерація журналістів, 2012. – 160 с.
5. Мойсеев В.А. Паблік рилейшнз / В.А.Мойсеев. – К. : Академвидав (Альма-матер), 2007.
6. Мудров А.Н. Основы рекламы: учебник / А.Н.Мудров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Магистр, 2008. – 397 с. : илл.
7. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: Навч.посіб / Г.Г.Почепцов. – 2-ге вид., випр. і допов. – К. : Знання; КОО, 2004. – 373 с.
8. Ромат Е.В. Реклама : Краткий курс / Е.В.Ромат. – 2-е изд. – СПб : Питер, 2009. – 207 с.
1. Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика. Підручник / О.В.Шевченко, А.В.Яковець. – К. : Бізнесполіграф, 2011. – 464 с.
2. Романов А.А., Васильев Г.А., Поляков В.А. Разработка рекламного продукта: Учеб.пособие / А.А.Романов, Г.А.Васильев, В.А.Поляков. – М. : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. – 256 с.
3. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [Навчальний посібник] / О.В.Курбан. – К. : Кондор-видавництво, 2014. – 246 с.
4. Огилви Д. The Unpublished/ Девид Огилви; пер.с англ. И. Айзятуповой. – М.: Азбука Бизнес, Азбука-Аттикус, 2014. – 184 с.

Додаткова література:

1. Закон України "Про освіту". Відомості Верховної Ради. – 1996. – № 21.
2. Закон України "Про вищу освіту". Відомості Верховної Ради. – 2002. – № 20.
3. Закон України "Про рекламу". – 1996 р.
4. Указ Президента України "Про невідкладні заходи щодо забезпечення функціонування та розвитку освіти в Україні" від 04.07.05 №1013-2005.
5. Основні засади розвитку вищої освіти України в контексті Болонського процесу / за ред. Кременя В.Г. – Тернопіль, 2004.
6. Алешина И.В. Паблік Рилейшнз для менеджерів: Учебник / И.В.Алешина. – М. : ИКФ "ЭКМОС", 2002. – 480 с.
7. Батра Р., Майерс Д., Аккер Д. Рекламный менеджмент / Р.Батра, Д.Майерс, Д.Аккер. – М.: СПб., К. : Издательский дом «Вильямс», 2000.
8. Блинкина-Мельник М.М. Рекламный текст. Задачник для копирайтеров / М.М.

- Блинкина-Мельник. - М: ОГИ, 2003.
9. Бове К., Аренс У. Современная реклама / К.Бове, У.Аренс. – Тольятти, 1995.
 10. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и ПР. Учебное пособие / Б.Л.Борисов. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001.
 11. Веселов С.В. Маркетинг в рекламе / С.В.Веселов. – М., 2002.
 12. Викентьев И.Л. Приемы Public Relations / И.Л. Викентьев. – Новосибирск: ЦЭРИС, 1993. – 165 с.
 13. Гольман И.А. Рекламная деятельность : Планирование. Технологи. Организация / И.А.Гольман. – М.: Гелла-принт, 2002.
 14. Горкина М.Б. Мамонтов А.А. Манн И.Б. PR на 100%: Как стать хорошим менеджером по PR / М.Б.Горкина, А.А.Мамонтов, И.Б.Манн. – М.: Альпина Паблишер, 2003. – 214 с.
 15. Гусаров Ю.В. Менеджмент рекламы: Учеб.пособие / Ю.В.Гусаров. – М. : ЗАО “Издательство “Экономика”, 2007.
 16. Дейан А. Реклама / пер. с фр. / А.Дейан. – СПб. : Нева, 2003.
 17. Дэвис Дж. Исследование в рекламной деятельности. Теория и практика / Дж.Дэвис. – М. : Вильямс, 2004.
 18. Имшенецкая И. Мастерская рекламы / И.Имшенецкая. – Перм, 2000.
 19. Катерник А. Рекламные технологи. Коммерческая реклама / А.Катерник. – Ростов н/Д : Феникс, 2001.
 20. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик Рилейшнз. Теория и практика: Учеб.пособие / С.Катлип, А.Сентер, Г.Брум / пер. с англ. – 8-е изд. – М. : Вильямс, 2000. – 624 с.
 21. Кафтанджиев Х. Тексты печатной рекламы / Х.Кафтанджиев. – М., 1995.
 22. Машлинцев А. Эффективность рекламы / А.Машлинцев. – М., 2002.
 23. Огилви Д. О рекламе / Д.Огилви. – М., 2003.
 24. Полукаров В., Головлева Е. Реклама / В.Полукаров, Е.Головлева. – М., 2003.
 25. Росситер Дж., Перси Л. Реклама и продвижение товаров / Дж.Росситер, Л.Перси. – СПб. : Питер, 2000.
 26. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: Теория и практика / У.Уэллс, Дж.Бернет. – СПб. : Питер, 2003.
 27. Феофанов О. Реклама: новые технологии в России / О.Феофанов. – СПб. : Питер, 2003.
 28. Шейнов В. Эффективная реклама. Секреты успеха / В.Шейнов. – М. : Ось-89, 2003.

Я – СТУДЕНТ

Основна

1. Я – студент : навч. посіб. / [Огнев'юк В.О., Жильцов О.Б., Караман С.О. та ін. ; за заг. ред. Огнев'юка В.О.]. – 4-те вид., зі змінами. – К. : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2014. – 278 с.

Додаткова

2. Бойчук О. Студент у суспільстві знань – зарубіжний погляд / О. Бойчук // Науковий світ, 2004. – С. 20–27.
3. Булах І. С. Психологія особистісного зростання / І. С. Булах. – К. : НПУ, 2003. – 338 с.
4. Вітвицька С. Основи педагогіки вищої школи : метод. посіб. для студентів магістратури / С. Вітвицька. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 316 с.
5. Гончаренко С. Український педагогічний словник / С. Гончаренко. – К. : Либідь, 1997. – 376 с.
6. Євтух М. Б. Методологічні засади розбудови особистісно-орієнтованої навчальної діяльності у вищій школі / М. Б. Євтух // Філософія освіти XXI століття: Проблеми і перспективи : зб. наук. пр. – К. : Знання, 2000. — С. 42–50.

7. Жильцов О. Б. Портрет першокурсника сучасного університету / О. Б. Жильцов, О. В. Леонтьєва // Сучасні стратегії університетської освіти: якісний вимір : матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (28–29 берез. 2012 р.) ; за заг. ред. В. О. Огнев'юка [рекол.: В. О. Огнев'юк, В. П. Андрущенко, Л. Л. Хоружа та ін.]. – К. : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2012. – С. 122–127.
8. Журавський В. С. Вища освіта як фактор державотворення і культури в Україні / В. С. Журавський. – К. : Видавничий дім, 2003. – 413 с.
9. Занюк С. Психологія мотивації : навч. посіб. / С. Занюк. — К. : Либідь, 2002. – 304 с.
10. Нагорний Б. Г. Студентство і сучасність / Б. Г. Нагорний, М. Л. Яковенко, А. В. Яковенко. – К. : Арістей, 2005. – 160 с.
11. Тарнавський Ю. А. Internet-технології : консп. лекцій / Ю. А. Тарнавський. – К. : МАУП, 2004. – 120 с.
12. Тарнавський Ю. А. Практикум з Internet-технологій : метод. вказівки до викон. лаб. робіт / Ю. А. Тарнавський. — К. : МАУП, 2004. – 136 с.
13. Трайнев В. А. Новые информационные коммуникационные технологии в образовании / В. А. Трайнев, В. Ю. Теплышев, И. В. Трайнев. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2008. – 320 с.

ЛІДЕРСТВО СЛУЖІННЯ

1. Abel, A. T. (2000). The characteristics behaviors, and effective work environments of servant leaders : A Delphi study [[electronic resources] thesis]. Blacksburg, Va: University Libraries, Virginia Polytechnic Institute and State University.
2. Autry, J. A. (2004). The servant-leader : How to build a creative team, develop great morale, and improve bottom-line performance (1st paperback ed.). New York: Three Rivers Press. ISBN: 1400054737 ; xxi, 266 p
3. Baker, M. M. (2003). Community building and the power of relationships in organizations. [PhD. Diss].
4. Becoming authentic: The search for wholeness and calling as a servant-leader.. (2007) (Trevor M. Hall, Ed.). South Bend, Ind: Cloverdale Books. ISBN: 9781929569366; xv, 119 p.
5. Bijl, J., & Leene, J. (2003). Power in creation : Extraordinary leadership (J. Ellis, Trans.). ISBN: ; 116 p.
6. Covey, Stephen. Leadership Is a Choice. New York: Simon & Schuster, 2001
7. Daniel W. Wheeler (2012). Servant Leadership for Higher Education: Principles and Practices. Jossey-Bass
8. De Pree, M. (1987). Leadership is an art. East Lansing, MI: Michigan State University Press.
9. De Pree, M. (1992). Leadership jazz (1st ed. (hardback)). New York: Dell/Currency Doubleday.
10. Trevor M. Hall, ed (2007). Becoming Authentic: The Search for Wholeness and Calling as a Servant Leader
11. Hunter, J. (1998). *The servant : a simple story about the true essence of leadership*. Rocklin, Calif: Prima Pub.
12. Dr. Kent M. Keith (2008). The Case For Servant Leadership. Westfield, Ind.: Greenleaf Center for Servant Leadership.
13. Gunderson, D. (2006). *The leadership paradox : a challenge to servant leadership in a power-hungry world*. Seattle, WA: YWAM Pub.
14. Redd, K. & Pastoral. (2009). *Stand Tall : Essays on life and servant leadership*. Indiana, Westfield: Greenleaf Center for Servant Leadership.

15. Greenleaf, R., Spears, L., Covey, S. & Senge, P. (2002). *Servant leadership : a journey into the nature of legitimate power and greatness*. New York: Paulist Press.
16. Robert K Greenleaf (2008). *The Servant as Leader*. Indiana, Westfield: Greenleaf Center for Servant Leadership.
17. Marshall Christensen (2012). *Creating University Cultures of Leadership*. Co-Serve Int.
18. Marshall Christensen, Yezhep Mambetkazyev, and Daniel Ballast, (2011), USA-Kazakhstan. *In the name of future generations*. Ust-Kamenogorsk: KAFU Publications (Russian Version)
19. Spears, L. C. (2001). *Focus on Leadership: Servant-Leadership for the Twenty-First Century*. New York: John Wiley & Sons
20. *Handbook of Leadership Theory and Practice: A Harvard Business School Centennial Colloquium*. Edited by Nitin Nohrai and Rakesh Khurana. Harvard Business Press, 2010, Boston, Massachusetts
21. Ayodele Kolawole Olanrewaju and Ezeokoli Rita Nkiruka. *Undergraduates' Social and Psychological Functioning: The Need for Social Re-orientation*. *British Journal of Education, Society & Behavioural Science*, ISSN: 2278 – 0998, Vol.: 5, Issue.: 3 (March).
22. Розвиток лідерства / Л. Бізо, І. Ібрагімова, О. Кікоть, Є. Барань, Т. Федорів; за заг. ред. І. Ібрагімової. – К. : Проект «Реформа управління персоналом на державній службі в Україні», 2012. – 400.

ОСНОВИ PR

Базова

1. Алешина И.В. Паблік рилейшнз для менеджерів / И. Алешина. – М.: ИКФ «Экмос», 2002. – 346 с.
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. Душикина М.Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология : Учебное пособие — СПб. : Питер, 2010. — 560 с.
5. Катлип Скотт, М., Сентер, Аллен, Х. Брум, Глен, М., Паблік рилейшнз. Теория и практика. : Пер. с англ. : Уч. Пос. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2008. — 624 с. : ил. — Парал.тит.англ.
6. Королько В.Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика: [підручник] / В.Г. Королько. – К.: Видавничий дім „Скарби”, 2001. – 400 с.
7. . Мейтленд Ян. Рабочая книга PR-менеджера. – СПб; «Питер», 2007. – 176 с.
8. Моисеев В.А. Паблік рилейшнз. Теория и практика / В.А. Моисеев. – К.: Вира-Р. – 1999. – 375 с.
9. Основы рекламы та зв'язків із громадськістю : підручник / за аг.ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна. — К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. — 431 с.
10. Почепцов Г. Паблік рилейшнз для професіоналів. – М.: «Рефл-бук», «Ваклер», 2000. – 624 с.
11. Связи с общественностью как социальная инженерия/ [под. ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной]. – СПб.: Речь, 2005. – 336 с.
12. Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью: теория и практика: Учебное пособие. – Дело, 2003. – 496 с.

Допоміжна

13. Балабанова Л. В., Савельєва К.В. Паблік рилейшнз: Навч. Посіб. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008.
14. Блэк С. PR: Международная практика.-М.: ИД «Довгань», 1997

15. Буари Ф. А. Паблік рілейшнз, или стратегия доверия: Теория и практика. 8-е изд./Пер. с фр.-М.: ИД «Инфра-М», 2001.
16. Гундарин Н. Книга руководителя отдела PR : практические рекомендации. 2-е узд., дополненное. – СПб.: Питер, 2009.
17. Куліш А. Public Relation для громадських (недержавних) організацій: Практичні поради на щодень.-К., 2001.
18. Назайкин А. Медиарілейшнз на 100%. Искусство взаимодействия с прессой. М. : «Альпина». 2011. – 416 с. 14. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. В. С. Комаровского.-М.: Изд.-во «РАГС», 2001.
19. Ольшанский Д. Политический PR. – СПб; «Питер», 2003. – 544 с.
20. Ольшанский Д., Пеньков В. Политический консалтинг. – СПб; «Питер», 2005. – 448 с.
21. Скотт Девид. Новые правила маркетинга и PR: Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем / Девид Скотт ; пер. с англ.. — М. : Альпина Паблишерз, 2011. — 349 с.
22. Шомова С. Политические шахматы. Паблік рілейшнз как интеллектуальная игра. – М.: «РИП-Холдинг», 2003. – 214 с.
23. PR-защита бизнеса в корпоративных войнах. Практикум победителя / Николай Студенкин. — м. : Альпина Паблишерз, 2011. — 386 с.
24. PR: Современные технологии: Учебное пособие / под ред. Л.В. Володиной. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2008.

ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО ЛІТЕРАТУРА

1. Аристотель. Поэтика. Риторика / Пер. с греч.: В. Аппельрот, Н. Платонова. – СПб.: Азбука, 2000. – 346 с.
2. Абрамович С. Д. Риторика: учеб. пособие / С. Д. Абрамович. – Черновцы: Рута, 2000. Ч.1: История развития риторики. – 2000. – 83 с.
3. Абрамович С. Д. Риторика: навч. посібник / С. Д. Абрамович. – Львів: Світ, 2001. – 238 с.
4. Абрамович С. Д. Риторика: Загальна та судова: навч. посібник / С. Д. Абрамович. – К.: Юрінком Інтер, 2002. – 415 с.
5. Александров Д. Н. Логика. Риторика. Этика: учеб. пособие / Д. Н. Александров. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 164 с.
6. Александров Д. Н. Риторика: учеб. пособие / Д. Н. Александров. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 534 с.
7. Александров Д. Н. Самоучитель красноречия / Д. Н. Александров. – М.: Изд.-торг. дом "Гранд": Фаир пресс, 2002. – 299 с.
8. Андреев В. И. Деловая риторика: практ. курс делового общения и оратор. мастерства / В. И. Андреев. – М.: Нар. образование, 1995. – 216 с.
9. Антична риторика: навч.-метод. розробка / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка; [Упоряд. Л. Л. Звонська-Денисюк]. – К.: Вид.-полігр. центр "Київ. ун-т", 2001. – 103 с.
10. Богданова Н. В. Словарь основных понятий и терминов риторики / Н. В. Богданова. – М.: Изд.-торг. центр "Маркетинг", 2001. – 42 с.
11. Баранник Д. Х. Виробничо-службовий стиль українського усного монологічного мовлення (композиційно-синтаксичний аспект) / Д. Х. Баранник // Дослідження з мовознавства: зб. наук. пр. – Дніпропетровськ, 1996. – Т. 1. – С. 11–13.

12. Бернацкий Г. Г. Культура политической дискуссии / Г. Г. Бернацкий. – Л., 1991. – 112 с.
13. Введенская Л. А. Риторика и культура речи: учеб. пособие / Л. А. Введенская. – 3-е изд., доп. и перераб. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 537 с.
14. Введенская Л. А. Деловая риторика: учеб. пособие / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н / Д: Издательский центр «МарТ», 2004. – 512 с.
15. Волощенко А. К. Особливості розвитку ораторського мистецтва в Україні (X-XIX ст.) / А. К. Волощенко, Г. М. Загадарчук // Питання історії культури України: зб. наук. праць. – К., 1995. – С. 38–46.
16. Вуд Дж. Дипломатический церемониал и протокол: пер. с англ. / Дж. Вуд, Ж. Сарре. – 2-е изд., испр. и доп. – М., 1976. – 128 с.
17. Гаспаров М. Л. Об античной поэзии: поэты, поэтика, риторика / М. Л. Гаспаров. – СПб.: Азбука, 2000. – 477 с.
18. Гончарова О. М. До питання про культуру мовлення оратора / О. М. Гончарова // Культура України: стан, проблеми, тенденції розвитку: зб. наук. ст. – К., 1997. – С. 101–105.
19. Глазунов С. В. Управлінське спілкування: навч. посібник / С. В. Глазунов / Дніпропетр. нац. ун-т. – Д.: РВВ ДНУ, 2002. – 87 с.
20. Далецкий Ч. Б. Риторика: Заговори, и я скажу, кто ты: учеб. пособие / Ч. Б. Далецкий. – М.: Омега; Л: Высш. шк., 2003. – 486 с.
21. Даньків С. Риторична спадщина Богдана Лепкого / С. Данків // Творчість Богдана Лепкого в контексті європейської культури ХХ століття: [Матеріали Всеукр. наук. конф., присвяч. 125-річчю від дня народження письменника]. – Тернопіль, 1998. – С. 353–354.
22. Залюбівська О. Б. Про визначення поняття «риторична культура» / О. Б. Залюбівська // Проблеми гуманізму і освіти: зб. матеріалів наук.-метод. конф., м. Вінниця, 21–22 трав. 2002 р. – Вінниця, 2002. – Т. 2. – С. 200–204.
23. Ивакина Н. Н. Основы судебного красноречия [риторика для юристов]: учеб. пособие / Н. Н. Ивакина. — М.: Юрист, 2000. — 383 с.
24. Ивин А. А. Риторика: искусство убеждать: учеб. пособие / А. А. Ивин. — М.: Изд. торг. дом "Гранд": ФАИР - ПРЕСС, 2002. — 299 с.
25. Ігнатова О. Теоретичні засади епістолографії в риториках Києво-Могилянської Академії і приватне листування гетьманщини ХVІІІ ст. / О. Ігнатова // Наук. зап. /Ін-т укр. археограф. та джерелознавства ім. М. С. Грушевського: зб. пр. молодих вчен. та асп. — К., 1999. — Т. 3. — С. 153–162.
26. Клюев Е. В. Риторика: Инвенции. Диспозиция. Элокуция: учеб. пособие / Е. В. Клюев. — М.: ПРИОР, 2001. — 270 с.
27. Кондратьев Э. В. Связи с общественностью: учеб. пособие / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов / под общ. ред. С. Д. Резника. – 3-е изд. – М.: Академический Проект, 2005. – С. 308–322.
28. Кузин Ф. А. Культура делового общения: пактическое пособие / Ф. А. Кузнецов. – М., 1996.
29. Кузнецов И. Н. Современная риторика: учеб. пособие / И. Н. Кузнецов. — М.: Изд. торг. корпорация "Дашков и К", 2003. — 476 с.
30. Кукула С. Рудольф Мох — майстер української ораторської прози / С. Кукула // Українська культова архітектура у світовому контексті: Матеріали Міжнар. наук. конф. — К., 2001. — С. 123–128.
31. Куньч З. Шляхи розвитку української риторичної термінології на початку ХХ століття / З. Куньч // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. — Львів, 2002. — Вип.10. — С. 158–165.
32. Куньч З. Й. Риторичний словник / З. Й. Куньч. – К.: Рід. мова, 1997. — 341 с.

33. Купина Н. А. Риторика в играх и упражнениях: учеб. пособие / Н. А. Купина. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Флинта: Наука, 2002. — 227 с.
34. Леммерман Х. Учебник риторики: Тренировка речи с упражнениями: пер. с нем. / Х. Леммерман. — М., 1997. — 221 с.
35. Лиса Н. Ораторське мистецтво Богдана Лепкого / Н. Лиса // Творчість Богдана Лепкого в контексті європейської культури ХХ століття: [Матеріали Всеукр. наук. конф., присвяч. 125-річчю від дня народження письменника]. — Тернопіль, 1998. — С. 347–352.
36. Літературознавчий словник-довідник / Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів та ін. — К.: ВЦ «Академія», 1997. — 752 с.
37. Логика и риторика: хрестоматия: учеб. пособие для студентов вузов. / Сост.: В. Ф. Берков, Я. С. Яскевич. — Минск: ТетраСистемс, 1997. — 623 с.
38. Мацько Л. І. Риторика: навч. посібник / Л. І. Мацько, О. М. Мацько. — К.: Вища шк., 2003. — 311 с.
39. Минеева С. А. Полемика – диспут – дискуссия / С. А. Минеева. — М., 1990 — 188 с.
40. Молдован В. В. Риторика загальна та судова: навч. посібник / В. В. Молдован / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. — 2-е вид. — К.: Юрінком Інтер, 1999. — 317с.
41. Мурашов А. А. Педагогическая риторика / А. А. Мурашов. — М.: пед. о-во России, 2001. — 479 с.
42. Новик О. П. Проза Івана Леванди в світлі курсів словесності Києво-Могилянської академії XVII-XVIII ст. / О. П. Новик // Актуальні проблеми слов'янської філології: Міжвуз. зб. наук. ст.: Лінгвістика і літературознавство. — К., 1999. — С. 54–58.
43. Овчинникова А. П. Деякі аспекти сучасної риторики та неориторики / А. П. Овчинникова // Культура України: Зб. наук. пр. — Х., 2002. — Вип.9: Мистецтвознавство. — С. 61–68.
44. Онуфрієнко Г. С. Проблеми формування культури професійно-службового вербального спілкування в системі сучасної вищої школи / Г. С. Онуфрієнко // Сучасні проблеми підготовки інженерних кадрів: Зб. наук. пр. наук.-метод. конф., 28 – 30 жовт. 1997 р. — Запоріжжя, 1997. — С. 33–35.
45. Поварнин С. П. Спор. О теории и практике спора / С. П. Поварнин. — СПб, 1996. — 156 с.
46. Платон. Сочинения: В 3 - х т. - Т. 1. — М., 1968. — 322 с.
47. Риторика, или Ораторское искусство: учеб. пособие / Автор-составитель И. Н. Кузнецов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. — 431 с.
48. Сагач Г. М. Золотослів: навч. посібник з риторики / Г. М. Сагач / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. — К.: Школяр, 1998-. Ч.1. — 1998. — 253 с.
49. Сагач Г. М. Риторика: навч. посібник / Г. М. Сагач / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. — 2-е вид., перероб. і допов. — К.: Вид. дім "Ін Юре", 2000. — 565 с.
50. Сагач Г. Філософсько-дидактичні проблеми сучасної риторики: інноваційні аспекти / Г. Сагач // Економіка освіти: зб. наук. пр. Н.-д. центру «Економіка вищої освіти» НДІ Вищої освіти АПН України. — Тернопіль, 2001. — Т.1. — С. 272–274.
51. Сватко Ю. І. Початок риторичної справи в Європі і визначення риторики / Ю. І. Сватко // Національний ун-т «Києво-Могилянська академія». Наукові записки. — К., 2000. — Т.18: Спец. вип., ч.1. — С. 55 – 58.
52. Соколова В. В. Культура речи и культура общения / В. В. Соколова. — М.: Просвещение, 1995. — 190 с.
53. Стернин И. А. Практическая риторика: учеб. пособие / И. А. Стернин. — М.: Издательский центр «Академия», 2003. — 272 с.
54. Уайтсайд Р. О чем говорят лица: пер. с англ. / Р. Уатсайд. — СПб., 1997. — 86 с.
55. Хазагеров Г. Г. Политическая риторика / Г. Г. Хазагеров. — М.: Никколо-Медиа, 2002. — 313 с.

56. Хазагеров Г. Г. Риторика для делового человека: учеб.-метод. пособие / Г. Г. Хазагеров. – М.: Флинта, 2001. — 133 с.
57. Чулінда Л. І. Риторична майстерність: посібник / під ред. Л. І. Чулінди, І. С. Паримського; Нац. акад. внутр. справ України, Укр. акад. зовн. торгівлі. — К., 2000. — 79 с.
58. Шатин Ю. В. Искусство переговоров. / Ю. В. Шатин. — М.: Бератор-Пресс, 2002. — 118 с.
59. Яхинтова Т. В. Концепція жанру в сучасній риторичі / Т. В. Яхантова // Мовні і концептуальні картини світу: Зб. наук. пр. — К., 2002. — № 7. — С. 555–561.
60. Гармідер Т. Ораторське мистецтво - як соціальне явище / Т. Гармідер // Бористен. - 2002. - № 6. - С. 14-15.
61. Кучерук О. Формування комунікативної особистості у процесі вивчення риторичи / О. Кучерук // Укр. мова і літ-ра в школі. - 2003. - № 6. - С. 7-11.
62. Скуратівський Л. Елементи практичної риторичи / Л. Скуратівський // Укр. мова і літ-ра в школі. - 2003. - № 2. - С. 4-23.
63. Стратий Л. М. Описание курсов философии и риторичи профессоров Киево-Могилянської академії / Л. М. Стратий, В. Д. Литвинов, В. А. Андрущенко. — К., 1982. — 98 с.
64. Фомин Ю. А. Психология делового общения / Ю. А. Фомин. — Минск, 2002. — 128 с.
65. Цицерон М. Т. Речи: В 2 т. / М. Т. Цицерон. — М., 1993.
66. Цицерон М. Т. Три трактата об ораторском искусстве / М. Т. Цицерон. — М., 1994. — 118 с.
67. Чалдини Р. Психология влияния / Р. Чалдини. — СПб., 1999. — 223 с.
68. Шейнов В. П. Искусство убеждать: учебно-практическое пособие / В. П. Шейнов. — М., 2000. — 267 с.
69. Эрнст О. Слово предоставлено вам: Практические рекомендации по ведению бесед и переговоров: пер. с нем. / О. Эрнст. — М., 1988. — 148 с.
70. Юри У. Преодолевающая «нет» или Переговоры с трудными людьми: пер. с англ. / У. Юри. — М., 1993. — 136 с.