

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА УНІВЕРСИТЕТСЬКИЙ КОЛЕДЖ

Циклова комісія викладачів економіко-математичних
дисциплін та менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-методичної та
навчально-виховної роботи



О.Б. Жильцов
2017 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ

галузь знань 0201 Культура

спеціальність 5.02010501 Діловодство

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА	
Ідентифікаційний код 02136554	
Начальник відділу моніторингу якості освіти	
Програма № <u>05-46/17</u>	
<u>Жильцов</u> (підпис)	<u>Жильцов</u> (прізвище, ініціали)
« <u> </u> » <u> </u> 20 <u>17</u> р.	

Київ – 2017 рік

Робоча програма з дисципліни «Паблік рилейшнз» для студентів галузі знань 0201
Культура спеціальності 5.02010501 Діловодство.

Розробник: Кравець С.Г., викладач циклової комісії економіко-математичних
дисциплін і менеджменту Університетського коледжу Київського університету
імені Бориса Грінченка

Робочу програму схвалено на засіданні циклової комісії економіко-
математичних дисциплін і менеджменту
Протокол від 11 січня 2017 р. № 6

Голова циклової комісії



О.В. Головчанська

©_____, 20__ рік

©_____, 20__ рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів – 2,5	Галузь знань 0201 Культура	За вибором
Модулів – 2	Спеціальність 5.02010501 Діловодство	Рік підготовки: 3
Змістових модулів – 2		Семестр: 6
Загальна кількість годин – 90		
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4,2	Освітньо-кваліфікаційний рівень: молодший спеціаліст	Лекції: 24 год.
		Семінарські: 12 год.
		Модульна контрольна робота: 4 год.
		Самостійна робота: 40 год.
		Індивідуальні: 10 год.
		Вид контролю: залік

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни є формування у майбутніх спеціалістів сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі паблік рилейшнз, сприяння виробленню критичного мислення при перенесенні світового досвіду розвитку ПР на терени українського суспільства.

Основними **завданнями** дисципліни є ознайомлення студентів з відповідними поняттями, категоріями, системами та алгоритмами паблік рилейшнз; набуття практичних навичок організації та управління комунікативними зв'язками та формування іміджу особи, товару або компанії, вирішення задач і виконання відповідних функцій; виховання здатності до творчого пошуку напрямків та резервів удосконалення ПР-діяльності суб'єктів.

У студентів мають бути сформовані такі предметні **компетентності**:

- демонструвати знання з проблем теорії комунікації, особливостей комунікаційної системи українського суспільства, комунікацій з громадськістю;
- демонструвати навички роботи з основними групами громадськості та використанням різних інструментів комунікації;
- застосовувати навички проведення досліджень громадської думки;
- демонструвати знання про соціальну відповідальність ПР-діячів;
- проводити аналіз інформаційних джерел необхідних для організації ПР-діяльності;
- демонструвати навички використання інструментів ПР-діяльності: брифінгів, прес-конференцій, виступів у пресі та проведення компаній у засобах масової інформації, використання спеціальних форм зв'язків з громадськістю (прийомів, презентацій, виставок тощо);
- використовувати основні форми паблік рилейшнз в діяльності організації чи особи;
- володіти уявленням про лобіювання інтересів суб'єктів підприємницької діяльності на різних рівнях управління;
- розвивати нестандартне мислення в процесі вирішення організаційних та виробничих питань.

3. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1. Паблік рилейшнз в сучасному світі.

Тема 1. Становлення паблік рилейшнз в Україні.

Тема 2. Паблік рилейшнз як соціальний феномен.

Тема 3. Становлення паблік рилейшнз як сфери професійної діяльності.

Тема 4. Зміст професійної діяльності ПР-фахівця.

Тема 5. Етика і соціальна відповідальність ПР. Закони, що регулюють ПР-діяльність.

Тема 6. Паблік рилейшнз в функціональній структурі організації.

Модуль 2. Громадська думка та комунікації в Паблік рилейшнз.

Тема 7. Громадськість в галузі паблік рилейшнз.

Тема 8. Громадська думка як об'єкт діяльності у галузі зв'язків з громадськістю.

Тема 9. Соціально-психологічні основи управління громадською думкою в паблік рилейшнз.

Тема 10. Внутрішній ПР. Зовнішній ПР. Кризовий ПР.

Тема 11. Планування та реалізація ПР програми.

Тема 12. Оцінка результатів ПР-програми. ПР-кампанія. Аналіз успішних ПР-кампаній.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви модулів і тем	Кількість годин					
	Усього	у тому числі				
		лекції	сем.	інд.	СР	МКР
Модуль 1. Паблік рилейшнз в сучасному світі.						
Тема 1. Становлення паблік рилейшнз в Україні.	8	2		2	4	
Тема 2. Паблік рилейшнз як соціальний феномен.	6	2		2	2	
Тема 3. Становлення паблік рилейшнз як сфери професійної діяльності.	4	2			2	
Тема 4. Зміст професійної діяльності ПР-фахівця.	8	2	2		4	
Тема 5. Етика і соціальна відповідальність ПР. Закони, що регулюють ПР-діяльність	8	2	2		4	
Тема 6. Паблік рилейшнз в функціональній структурі організації.	8	2	2		4	
Модульний контроль	2					2
Усього за модулем 1	44	12	6	4	20	2
Модуль 2. Громадська думка та комунікації в паблік рилейшнз.						
Тема 7. Громадськість в галузі паблік рилейшнз.	6	2		2	2	
Тема 8. Громадська думка як об’єкт діяльності у галузі зв’язків з громадськістю.	6	2	2	2	2	
Тема 9. Соціально-психологічні основи управління громадською думкою в паблік рилейшнз.	8	2		2	4	
Тема 10. Внутрішній ПР. Зовнішній ПР. Кризовий ПР.	8	2	2		4	
Тема 11. Планування та реалізація ПР програми.	8	2	2		4	
Тема 12. Оцінка результатів ПР-програми. ПР-кампанія. Аналіз успішних ПР-кампаній.	8	2			4	
Модульний контроль	2					2
Усього за модулем 2	46	12	6	6	20	2
Усього годин	90	24	12	10	40	4

5. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Зміст професійної діяльності PR-фахівця	2
2	Особливості організації роботи PR-агенції.	2
3	Паблік рилейшнз в функціональній структурі організації	2
4	Громадська думка як об'єкт діяльності у галузі зв'язків з громадськістю	2
5	Кризовий PR. Управління кризовими ситуаціями	2
6	Планування в паблік рилейшнз. PR-програма.	2

6. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Кількість балів
1	Етапи становлення паблік рилейшнз в Україні.	4	5
2	Паблік рилейшнз і суміжні сфери діяльності.	2	5
3	Моделі розвитку PR за Д. Грюнінгом (паблісіті, інформування громадськості, двостороння асиметрична модель, двостороння симетрична модель).	2	5
4	Професійна підготовка фахівця в галузі зв'язків з громадськістю.	4	5
5	Вимоги до діяльності PR-менеджера.	4	5
6	PR-діяльність державного прес-центру.	4	5
7	Визначення громадськості за Д. Грунігом (негромадськість, латентна громадськість, обізнана громадськість, активна громадськість).	2	5
8	Теорія переконання М.Роя про взаємодію знання, установки та поведінки. Ієрархія потреб А. Маслоу як основа мотиваційних факторів громадськості.	2	5
9	Натовп і закономірності його поведінки.	4	5
10	Корпоративна культура, як інструмент PR-діяльності.	4	5
11	Якісні та кількісні дослідження.	4	5
12	Моделі PR-кампаній для розвитку успішної організації.	4	5
Разом		40 год.	60 балів

Разом: 90 год., лекції – 24 год., семінарські заняття – 12 год., індивідуальна робота – 10 год., самостійна робота – 40 год., підсумковий контроль – 4 год.

Модуль	Змістовий модуль 1						Змістовий модуль 2					
Назва модуля	Паблік рилейшнз в сучасному світі.						Громадська думка та комунікації в паблік рилейшнз.					
Кількість балів за модуль	94 балів						94 бали					
Лекції	Становлення паблік рилейшнз в Україні.	Паблік рилейшнз як соціальний феномен.	Становлення паблік рилейшнз як сфери професійної діяльності.	Зміст професійної діяльності PR-фахівця.	Етика і соціальна відповідальність PR. Закони, що регулюють PR-діяльність	Паблік рилейшнз в функціональній структурі організації.	Громадськість в галузі паблік рилейшнз.	Громадська думка як об'єкт діяльності у галузі зв'язків з громадськістю.	Соціально-психологічні основи управління громадською думкою в паблік рилейшнз.	Внутрішній PR. Зовнішній PR. Кризовий PR.	Планування та реалізація PR програми.	Оцінка результатів PR-програми. PR-кампанія. Аналіз успішних PR-кампаній
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал
Семінари				Зміст професійної діяльності PR-фахівця	Особливості організації роботи PR-агенції	Паблік рилейшнз в функціональній структурі організації		Громадська думка як об'єкт діяльності у галузі зв'язків з громадськістю		Кризовий PR. Управління кризовими ситуаціями.	Планування в паблік рилейшнз. PR-програма	
Відвідування СЗ Робота на СЗ				1+10=11 балів	1+10=11 балів	1+10=11 балів		1+10=11 балів		1+10=11 балів	1+10=11 балів	
Самостійна робота	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Види поточного контролю	МКР 1 - 25 балів						МКР 2 - 25 балів					
Підсумковий контроль	Залік (188:100=1,88) Коефіцієнт –1,88											

7. Методи навчання

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації:

- *Словесні:* лекція (традиційна, проблемна) із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій (PowerPoint – презентація), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.

- *Наочні:* спостереження, ілюстрація, демонстрація.

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

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

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

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

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

8. Методи контролю

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

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

вид роботи	максимальна кількість балів за один вид роботи
1. Відвідування лекцій	1
2. Відвідування семінарів (практичних)	1
3. Виконання завдання для самостійної роботи	5
4. Робота на семінарському занятті (доповідь, виступ, повідомлення, участь в дискусії)	10
5. Виконання модульної контрольної роботи	25

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, доповідь, повідомлення, дискусія.
- **Методи письмового контролю:** модульне письмове тестування; підсумкове письмове тестування.
- **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

9. Очікувані результати

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент:

- демонструє знання з проблем теорії комунікації, особливостей комунікаційної системи українського суспільства, комунікацій з громадськістю;
- демонструє навички роботи з основними групами громадськості та використовує різні інструменти комунікації;
- проводить дослідження громадської думки;
- проводить аналіз інформаційних джерел необхідних для організації ПР-діяльності;
- планує ПР-діяльність підприємства на різних етапах життєвого циклу;
- використовує ПР-інструменти в діяльності секретаря-референта;
- розвиває нестандартний підхід до вирішення організаційних та виробничих питань;
- бере активну участь у створенні комунікаційних каналів між керівником та підлеглими;
- допомагає формувати громадську думку за допомогою ПР-технологій;
- застосовує методи антикризового ПР;
- вміє лобіювати інтереси компанії в різних сферах діяльності підприємства.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Модуль 1. Паблік рилейшнз в сучасному світі.							Модуль 2. Громадська думка та комунікації в паблік рилейшнз.							залік	сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	МКР	T7	T8	T9	T10	T11	T12	МКР		100
6	6	6	17	17	17	25	6	17	6	17	17	6	25		
94							94								

Коефіцієнт – 1,88

Шкала оцінювання

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

11. Рекомендована література

Базова

1. Євтухова, Світлана Миколаївна. Паблік рилейшнз : навч.-метод. посіб. / Євтухова С. М. ; М-во освіти і науки України, Херсон. держ. ун-т, Ф-т економіки і менеджменту, Каф. менеджменту і адміністрування. — Херсон : Грінь Д. С., 2015. — 199 с.
2. Шафаренко, Юлія Михайлівна. Аналітика у паблік рилейшнз / Шафаренко Ю. М. — Київ : Паливода А. В., 2014. — 143 с.
3. Інтегровані комунікації. Integrated communication. Вип. 1 / Київ. ун-т ім. Б. Грінченка. - Київ : Київ ун-т ім. Б. Грінченка, 2016. - 98 с.

Допоміжна

1. Балабанова, Людмила Веніамінівна. Паблік рилейшнз : навч. посібник / Л. В. Балабанова, К. В. Савельєва ; М-во освіти і науки України, Донецький нац. ун-т екон. і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. - Київ : Професіонал, 2008. - 528 с.
2. Куліш, А. П. Практика PR по-українському: Щоденні поради PR-початківцям / А. П. Куліш. - Київ : 2005. - 334 с.
3. Мойсєєв, В'ячеслав Анатолійович. Паблік рилейшнз : навчальний посібник / В. А. Мойсєєв. - Київ : Академвидав, 2007. - 224 с.

Періодичні видання

1. Журнал “ПР-менеджер”
2. Журнал “Персонал”.
3. Журнал “Корреспондент”.
4. Газета “Бізнес”.
5. Газета “Коммерсантъ”.

Інтернет-ресурси

1. www.globalPR.org
2. www.odwyerPR.com

3. www.IIP-dialog.com
4. www.IIPoIP.com.ua
5. www.IIPschik.com
6. www.management.com.ua
7. www.online-IIP.com
8. www.IIPsa.org
9. www.IIPweek.com
10. www.reklamaster.kiev.ua
11. www.rostgroup.com.ua