

Міністерство освіти і науки
Київський університет імені Бориса Грінченка
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

 О.Б. Жильцов
2015 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
СТРАТЕГІЇ УСПІХУ У ЗВ'ЯЗКАХ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

(шифр і назва навчальної дисципліни)

напрямок підготовки 6.030302 Реклама і зв'язки з громадськістю
(шифр і назва напрямку підготовки)

Гуманітарний інститут
(назва інституту, факультету, відділення)

2014– 2015 рік

Робоча програма «Стратегії успіху у зв'язках з громадськістю» для студентів за напрямом підготовки 6.030302 Реклама та зв'язки з громадськістю, галузі знань 0303 Журналістика та інформація, 2015 року- 27 с.

Розробник: Гусак О.П., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами і зв'язків з громадськістю Гуманітарного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка.

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

Протокол від "06" лютого 2015 року № 7

Завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

 (Горбенко Г. В.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Години відповідають робочому навчальному плану

Структура програми типова

Заступник директора з науково-методичної та навчальної роботи

 (О.В. Сременко)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Схвалено Вченою радою Гуманітарного інституту

Протокол від "___" _____ 20__ року № ___

Вчений секретар  (Т.Л.Видайчук)
(підпис) (прізвище та ініціали)



ЗМІСТ

Пояснювальна записка	4
Структура програми навчальної дисципліни	6
I. Опис предмета навчальної дисципліни	6
II. Тематичний план навчальної дисципліни	7
III. Програма.....	8
Змістовий модуль I.....	8
Змістовий модуль II	9
Змістовий модуль III	10
IV. Навчально-методична карта дисципліни	
"Стратегії успіху у зв'язках з громадськістю"	12
V. Плани семінарських занять	15
VI. Плани практичних занять	17
VII. Завдання для самостійної роботи	19
VIII. Система поточного та підсумкового контролю знань	23
IX. Методи навчання	25
X. Методичне забезпечення курсу	26
XI. Рекомендована література	27
Основна	27
Додаткова.....	27

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни "Стратегії успіху у зв'язках з громадськістю" є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, який розроблено кафедрою реклами та зв'язків з громадськістю на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів з реклами та зв'язків з громадськістю відповідно до навчального плану денної форми навчання.

Документ визначає необхідні для студентів обсяги знань відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу представленої дисципліни, містить необхідне методичне забезпечення, складові та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

Головна мета курсу – ознайомлення з сучасними теоретико-практичними засадами аналізу, розробки та реалізації успішних стратегій у галузі зв'язків із громадськістю.

Завдання навчального курсу:

- осмислити специфіку стратегічного підходу до реалізації PR-діяльності в сучасному світі;
- конкретизувати основні поняття зв'язків із громадськістю та стратегічного управління;
- охарактеризувати основні етапи стратегічного процесу в системі зв'язків із громадськістю.
- розкрити особливості формування та реалізації успішних PR-стратегій як у стабільних умовах, так і в надзвичайних ситуаціях (під час криз, катастроф та різноманітних катаклізмів).

Міжпредметні зв'язки. "Стратегії успіху у зв'язках з громадськістю" спирається на курс стратегічного управління, маркетингу, етики, соціальної психології, філології, соціології, журналістики.

У результаті вивчення дисципліни “Стратегії успіху у зв’язках з громадськістю” студент повинен **знати**:

- основні поняття та терміни, що функціонують у галузях зв’язків із громадськістю та стратегічного управління;
- процес реалізації успішних стратегій в PR-діяльності;
- специфіку, критерії успіху, алгоритм планування та здійснення кризового PR;
- актуальні тенденції розвитку PR-ринку в умовах глобалізації.

Студент повинен **вміти**:

- використовувати моделі стратегічного управління в галузі PR;
- формувати та успішно застосовувати PR-стратегії в надзвичайних ситуаціях;
- визначати показники ефективності PR-стратегій;
- володіти навичками стратегічного мислення та комунікаційної компетентності.

Опанування навчального курсу “Стратегії успіху у зв’язках з громадськістю” передбачає систематизацію актуальних знань у сфері PR-бізнесу в сучасному глобалізованому світі, уміння застосовувати їх в науково-прикладному контексті.

Представлена дисципліна містить лекційні та семінарські заняття. Окремий обсяг навчального матеріалу виноситься на самостійне опрацювання студентами. Серед форм контролю – письмові відповіді, виконання творчих та індивідуальних завдань, а також проведення трьох модульних контрольних робіт.

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 108 год., із них 20 год. – лекції, , 8 год. – семінарські заняття, 14 год. – практичні заняття, 6 год. – індивідуальна робота, 6 год. – модульний контроль, 54 год. – самостійна робота. Засвоєння студентами курсу “Стратегії успіху у зв’язках з громадськістю” завершується складанням заліку.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предмет: сутність, зміст, форми побудови та етапи реалізації стратегій успіху в галузі зв'язків з громадськістю.

Курс:	Напря́м, спеціалі́зність, осві́тно-квалі́фікаційний рівень	Характеристика Навчальної дисципліни
<p>Кількість кредитів, відповідних ECTS: <i>3 кредити</i></p> <p>Змістові модулі: <i>3 модулі</i></p> <p>Загальний обсяг дисципліни (години): <i>108 годин</i></p> <p>Тижневих годин: <i>2 години</i></p>	<p>Шифр та назва галузі знань 0303 “Журналістика та інформація”</p> <p>Шифр та назва напряму: 6.030302 “Реклама і зв’язки з громадськістю”</p> <p>Освітньо-кваліфікаційний рівень "бакалавр"</p>	<p>Нормативна</p> <p>Рік підготовки: 2.</p> <p>Семестр: 4.</p> <p>Аудиторні заняття: 48 годин, з них: Лекції (теоретична підготовка): 20 годин</p> <p>Семінарські заняття: 8 годин</p> <p>Практичні заняття: 14</p> <p>Індивідуальна робота: 6 годин</p> <p>Модульні контрольні роботи: 6 годин</p> <p>Самостійна робота: 54 годин</p> <p>Вид контролю: залік</p>

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1.

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							
		Разом	Аудито их	Лекцій	Практич них	Семинар- ських	Індиві- дуальна робота	Самос- тійна робота	Під- сум- ковий кон- троль
Змістовий модуль I. Основи стратегічного управління									
1	Вступ до курсу «Стратегії успіху у зв'язках з громадськістю»	8	2	2				6	
2	Стратегічне управління: визначення, сутність, характеристик	10	4	2		2		6	
3	Наукові школи формування стратегій: основні ідеї, цінності досягнення	10	4	2			2	6	
	Модульна контрольна робота	2							2
	<i>Разом</i>	30	10	6		2	2	18	2
Змістовий модуль II. Стратегічний процес у PR-діяльності: характеристика етапів, умови та критерії успіху									
4	Аналіз середовища та формулювання проблеми як перший етап стратегічного процесу в PR-діяльності	9	4	2	2			5	
5	Планування та програмування дій як другий етап стратегічного процесу в діяльності PR-фахівців	9	4	2	2			5	
6	Реалізація PR-кампанії як третій етап стратегічного процесу	10	6	2	2	2		4	
7	Оцінка та контроль за результатами PR-кампанії	10	6	2	2		2	4	
	Модульна контрольна робота	2							2
	<i>Разом</i>	40	20	8	8	2	2	18	2
Змістовий модуль III. PR-стратегії в надзвичайних ситуаціях: специфіка, алгоритм формування та здійснення, критерії успіху									
8	Комунікація в надзвичайних ситуаціях	12	6	2	2	2		6	
9	Кризовий PR	12	6	2	2	2		6	
10	Стратегії кризового реагування	12	6	2	2		2	6	
	Модульна контрольна робота	2							2
	<i>Разом</i>	38	18	6	6	4	2	18	2
	<i>Разом</i>	108	48	20	14	8	6	54	6

III. ПРОГРАМА

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I.

Основи стратегічного управління

ЛЕКЦІЯ 1. Вступ до курсу «Стратегії успіху у зв'язках з громадськістю» (2 ГОД.)

Мета курсу, його предмет, завдання. Дефініція поняття «стратегія», його етимологія, загальна характеристика. Поняття про зв'язки з громадськістю. Специфіка стратегічного підходу до реалізації PR-діяльності в сучасному світі. Визначення поняття «успіх». Критерії успішної PR-діяльності в епоху трансформацій.

ЛЕКЦІЯ 2. Стратегічне управління: визначення, сутність, характеристика (2 ГОД.)

Історія виникнення та застосування терміну «стратегічне управління», концептуальні підходи до його визначення. Характеристика стратегічного управління як сукупності взаємопов'язаних управлінських процесів. Екстраполяція стратегічного управління у сферу зв'язків із громадськістю. Особливості PR-діяльності за системою RACE.

Семінар 1. Еволюція систем управління.

ЛЕКЦІЯ 3. Наукові школи формування стратегій: основні ідеї, цінності та досягнення (2 ГОД.)

Директивний напрям теоретичних концепцій стратегічного управління (школа дизайну, школа планування, школа позиціонування). Характеристика описового напрямку концепцій стратегічного управління (школа підприємництва, когнітивна школа, школа навчання, школа влади, школа культури, школа зовнішнього середовища або екологічна школа). Специфіка школи конфігурацій.

.

9 ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II.

Стратегічний процес у PR-діяльності:

характеристика етапів, умови та критерії успіху

ЛЕКЦІЯ 4. Аналіз середовища та формулювання проблеми як перший етап стратегічного процесу в PR-діяльності (2 ГОД.)

Сутність понять «середовище», «громадськість». Основні риси та ознаки «громадської думки». Характеристика ключових груп громадськості (типологізація за Д. Гендріксом). Проблема сегментації громадськості: сутність, критерії реалізації. Алгоритм дій PR-фахівця: зміст, основні компоненти, проблеми здійснення.

Практичне заняття 1. Ситуаційний аналіз: загальний механізм проведення (на прикладі державних та комерційних організацій).

ЛЕКЦІЯ 5. Планування та програмування дій як другий етап стратегічного процесу в діяльності PR-фахівців (2 ГОД.)

Формулювання цілей та завдань PR-кампанії. Створення концепції PR-кампанії. Планування та вибір основних PR-акцій. Визначення найбільш ефективних PR-засобів. Розробка медіаплану, укладання бюджету в системі зв'язків із громадськістю. Розробка поетапного робочого плану реалізації PR-кампанії на інформаційному та операціональному рівнях.

Практичне заняття 2. Проект PR-плану у сфері бізнесу

ЛЕКЦІЯ 6. Реалізація PR-кампанії як третій етап стратегічного процесу (2 ГОД.)

Організація PR-заходів: сутність, типологія. Інформаційні приводи для PR-заходів. Алгоритм проведення PR-заходів. Прес-кіт: основні компоненти, специфіка створення. Формулювання та донесення комунікаційних звернень за проектною формулою AIDA. Моніторинг ситуації та динамічне реагування на її зміни на рівнях комунікації та реальних дій.

Семінар 2. Проведення прес-конференції: специфіка та алгоритм дій PR-фахівця.

Практичне заняття 3. PR-тексти: сутність, класифікація, різновиди, правила написання.

ЛЕКЦІЯ 7. Оцінка та контроль за результатами PR-кампанії (2 ГОД.)

Критерії ефективності PR-кампанії (за Р. Хейвудом). Моделі та методи оцінки ефективності у зв'язках з громадськістю. Аналіз результатів виконання PR-кампанії. Укладання звіту та його структура. Прес-кліппінг: сутність, особливості створення. Визначення перспектив подальшої діяльності.

Практичне заняття 4. Звіт ефективності PR-кампанії.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III.

PR-стратегії в надзвичайних ситуаціях: специфіка, алгоритм формування та здійснення, критерії успіху

ЛЕКЦІЯ 8. Комунікація в надзвичайних ситуаціях (2 ГОД.)

Поняття про надзвичайну ситуацію (НС): характеристика, ознаки, типологія. Особливості комунікації в умовах надзвичайних ситуацій. Кризова комунікація як інструмент кризового менеджменту: сутність, фактори успішності, найбільш типові помилки. Основні вимоги до діяльності PR-служб у кризових умовах.

Семінар 3. Технології розв'язання комунікативних конфліктів.

Практичне заняття 5. Маніпуляції в комунікації: сутність та механізми протидії.

ЛЕКЦІЯ 9. Кризовий PR (2 ГОД.)

Дефініція понять «криза» та «організаційна криза». Кризовий PR: сутність, характеристика, відмінності від звичайного режиму управління репутацією.

Прогнозування криз, кризове реагування та посткризова діяльність як основні етапи кризового PR. Специфіка діяльності PR-служб на кожному з представлених етапів.

Семінар 4. Ризик-комунікації: специфіка, фактори успішної реалізації.

Практичне заняття 6. Створення кризового плану комерційної організації.

ЛЕКЦІЯ 10. Стратегії кризового реагування (2 ГОД.)

Теоретичний підхід до визначення поняття «кризове реагування». Головні ознаки кризового реагування. Стратегії кризового реагування: зміст, форма, етичні аспекти. Типології та класифікація стратегій кризового реагування В. Бенуа, Т. Кумбса, Г. Даулінга. Успішні та неуспішні стратегії кризового реагування (на прикладі вітчизняних та міжнародних компаній).

Практичне заняття 7. Зовнішньоконунікаційні стратегії кризового реагування державної організації.

IV. Навчально-методична карта дисципліни "Стратегії успіху у зв'язках з громадськістю"

Разом: 108 год., лекції – 22 год., семінарські заняття – 8 год., практичних – 14 год., індивідуальна робота – 6 год., модульний контроль – 6 год., консультації – 6 год., самостійна робота – 54 год., залік.

Таблиця 2

Модуль	Змістовий модуль I			
Назва модуля	Основи стратегічного управління			
К-сть балів за модуль	54			
Лекції	1	2	3	
Теми лекцій	Тема 1. Вступ до курсу «Стратегії успіху у зв'язках з громадськістю»	Тема 2. Стратегічне управління визначення, сутність, характеристика	Тема 3. Наукові школи формування стратегій: основні ідеї, цінності та досягнення	
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал	
Теми семінарських занять (СЗ)		Тема 1. Еволюція систем управління		
Відвідування СЗ / робота СЗ / виконання ДЗ		1 + 10 = 11 балів		
Теми практичних занять (ПЗ)				
Відвідування ПЗ / робота ПЗ / виконання ДЗ				
Самостійна робота	СР №1 5 балів	СР №2 5 балів	СР №3 5 балів	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)			

Модуль	Змістовий модуль II			
Назва модуля	Стратегічний процес у PR-діяльності: характеристика етапів, умови та критерії успіху			
К-сть балів за модуль	104			
Лекції	4	5	6	7
Теми лекцій	Тема 4. Аналіз середовища та формулювання проблеми як перший етап стратегічного процесу в PR-діяльності	Тема 5. Планування та програмування дій як другий етап стратегічного процесу в діяльності PR-фахівців	Тема 6. Реалізація PR-кампанії як третій етап стратегічного процесу	Тема 7. Оцінка та контроль за результатами PR-кампанії
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал
Теми семінарських занять (СЗ)			Тема 2. Проведення прес-конференції: специфіка та алгоритм дій PR-фахівця	
Відвідування СЗ / робота СЗ / виконання ДЗ			1 + 10 = 11 балів	
Теми практичних занять (ПЗ)	Тема 1. Ситуаційний аналіз: загальний механізм проведення (на прикладі державних та комерційних організацій)	Тема 2. Проект PR-плану у сфері бізнесу	Тема 3. PR-тексти: сутність, класифікація, різновиди, правила написання.	Тема 4. Звіт ефективності PR-кампанії
Відвідування ПЗ / робота ПЗ / виконання ДЗ	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів
Самостійна робота	СР №4 5 балів	СР №5 5 балів	СР №6 5 балів	СР №7 5 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 2 (25 балів)			

Модуль	Змістовий модуль III			
Назва модуля	PR-стратегії в надзвичайних ситуаціях: специфіка, алгоритм формування та здійснення, критерії успіху			
К-сть балів за модуль	98			
Лекції	8	9	10	
Теми лекцій	Тема 8. Комунікація в надзвичайних ситуаціях	Тема 9. Кризовий PR	Тема 10. Стратегії кризового реагування	
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал	
Теми семінарських занять (СЗ)	Тема 3. Технології розв'язання комунікативних конфліктів	Тема 4. Ризик-комунікації: специфіка, фактори успішної реалізації		
Відвідування СЗ / робота СЗ / виконання ДЗ	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів		
Теми практичних занять (ПЗ)	Тема 5. Маніпуляції в комунікації: сутність та механізми протидії	Тема 6. Створення кризового плану комерційної організації	Тема 7. Зовнішньокомунікаційні стратегії кризового реагування державної організації	
Відвідування ПЗ / робота ПЗ / виконання ДЗ	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів	
Самостійна робота	СР №8 5 балів	СР №9 5 балів	СР №10 5 балів	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 (25 балів)			
Підсумковий контроль	Залік			

ВСЬОГО 256 КОЕФІЦІЄНТ 2,6

V. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль I.

Основи стратегічного управління

Семінар 1.

Еволюція систем управління.

Питання до обговорення:

1. Особливості управління на основі бюджетування.
2. Характеристика управління на основі екстраполяції (довгострокового планування).
3. Специфіка управління на основі передбачення змін (стратегічного планування).
4. Сутність управління на основі гнучких екстрених рішень (стратегічного менеджменту).

Основна література:

1. Порохня В.М., Безземельна Т. О., Кравченко Т.А. Стратегічне управління: навч. посібн. – К.: Центр учбової літератури, 2012.
2. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручн. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

Змістовий модуль II.

Стратегічний процес у PR-діяльності:

характеристика етапів, умови та критерії успіху

Семінар 2.

Проведення прес-конференції: специфіка та алгоритм дій PR-фахівця.

Питання до обговорення:

1. Формулювання теми прес-конференції.
2. Організація та підготовка спікерів прес-конференції.
3. Створення базових інформаційних документів.

4. Специфіка проведення прес-конференції.
5. Оцінка ефективності проведеної прес-конференції.

Основна література:

1. Алешина И.В. Паблік Рилейшнз для менеджерів: Учебник. - М.: ИКФ “ЭКМОС”, 2002. - 480 с.
2. Викентьев И.Л. Приемы Public Relations. - Новосибирск: ЦЭРИС, 1993. - 165 с.
3. Мойсеев В.А. Паблік рилейшинз - К. : Академвидав (Альма-матер), 2007.
4. Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика.

Змістовий модуль III.

PR-стратегії в надзвичайних ситуаціях: специфіка, алгоритм формування та здійснення, критерії успіху

Семінар 3.

Технології розв’язання комунікативних конфліктів.

Питання до обговорення:

1. Бар’єри комунікації та механізми психологічного захисту.
2. Роль емоцій у комунікативному конфлікті.
3. Типи конфліктних особистостей та конфліктних дій.
4. Причини виникнення та шляхи подолання комунікаційних конфліктів.

Основна література:

1. Связи с общественностью как социальная инженерия / Под ред. В. А. Ачкасовой,
Л. В. Володиной. - СПб.: Речь, 2005. - 336 с.
2. Файншмидт Е. А. Введение в профессию. М., 2012. – 102 с.

Додаткова література:

1. Берн Эрик. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. М., 1988.

Семінар 4.

Ризик-комунікації: специфіка, фактори успішної реалізації.

Питання до обговорення:

1. Ризик як соціальний феномен.
2. Теоретичні підходи до визначення поняття «ризик-комунікації».
3. Моделі ризик-комунікацій.

Основна література:

1. Кочеткова А. В., Филиппов В. Н., Скворцов Я. Л., Тарасов А. С. Теория и практика связей с общественностью. — СПб.: Питер, 2009. — 240 с.
2. Купчинова Т. В. Риск и рисковые коммуникации // Актуальные социальные проблемы, 2009. – С. 48 – 51.

Додаткова література:

1. Ильин Е. П. Психология риска. Санкт-Петербург, 2012. – 267 с.

VI. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль II

Практичне заняття 1.

Ситуаційний аналіз: загальний механізм проведення (на прикладі державних та комерційних організацій).

1. Детально описати проблемну ситуацію, що потребує розв'язання засобами PR.
2. Охарактеризувати організацію (історію виникнення, структуру, топ-менеджмент та персонал, специфіку внутрішніх комунікацій).
3. Проаналізувати зовнішнє середовище організації (всі групи громадськості, їхні інтереси та потреби).

Практичне заняття 2.

Проект PR-плану у сфері бізнесу.

1. Підготувати концепцію PR-кампанії (6 місяців) продукції корпорації із сфери новітніх технологій.
2. У межах PR-кампанії визначити найефективніші PR-акції та PR-засоби.
3. Скласти робочий план реалізації PR-стратегії на інформаційному та операціональному рівнях.

Практичне заняття 3.

PR-тексти: сутність, класифікація, різновиди, правила написання.

1. Створити промову для першої особи на прес-конференцію із заданим фактажем
2. Написати прес-реліз за результатами прес-конференції.
3. Підготувати спростування для преси від імені організації, що потрапила у конфліктну ситуацію.
4. Написати PR-статтю для благодійного фонду.

Практичне заняття 4.

Звіт ефективності PR-кампанії.

1. Сформулювати критерії успішності PR-кампанії.
2. Представити та охарактеризувати методи оцінки ефективності PR-кампанії.
3. Підготувати звіт ефективності PR-кампанії для комерційної організації.

Практичне заняття 5.

Маніпуляції в комунікації: сутність та механізми протидії.

1. Проаналізувати випадки використання маніпуляційного впливу засобами PR в політичній та комерційній сфері.
2. Виявити маніпулятивні техніки в засобах масової інформації (ЗМІ).
3. Проаналізувати методи протидії маніпуляціям у вітчизняному інформаційному просторі.

Практичне заняття 6.

Створення кризового плану комерційної організації.

1. Проаналізувати структуру та основні компоненти кризового плану для комерційної компанії.
2. Запропонувати проект кризового плану для вітчизняної авіакомпанії.
3. Підготувати проект кризового плану для фармацевтичної компанії.
4. Написати проект кризового плану для мережі українських ресторанів.

Практичне заняття 7.

Зовнішньокommunікаційні стратегії кризового реагування державної організації.

1. Проаналізувати причини виникнення можливих криз для державних структур.
2. Здійснити аналіз кризової ситуації та загроз в комунікаційному контексті (на прикладі вітчизняної державної установи).
3. Розробити стратегічні та тактичні рішення для PR-фахівця державної організації.

VII. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Змістовий модуль I. Основи стратегічного управління – 18 год.

Тема 1. Вступ до курсу «Стратегії успіху у зв'язках з громадськістю» — 6 год.

1. Окреслити особливості стратегічного підходу до діяльності сучасних PR-фахівців — 1 год.
2. Проаналізувати критерії успіху в комунікації — 2 год.
3. Підготувати доповідь «Роль PR-фахівців в епоху глобалізації» — 3 год.

Тема 2. Стратегічне управління: визначення, сутність, характеристика — 6 год.

1. Проаналізувати компоненти стратегічного управління — 3 год.
2. Охарактеризувати основні елементи системи RACE — 3 год.
- 3.

Тема 3. Наукові школи формування стратегій: основні ідеї, цінності та досягнення — 6 год.

1. Назвати основних представників та ідеї директивного напрямку теоретичних концепцій стратегічного управління — 2 год.
2. Розкрити головні положення описового напрямку концепцій стратегічного управління — 2 год.
3. Представити основні ідеї школи конфігурацій — 2 год.

**Змістовий модуль II. Стратегічний процес у PR-діяльності:
характеристика етапів, умови та критерії успіху — 18 год.**

Тема 4. Аналіз середовища та формулювання проблеми як перший етап стратегічного процесу в PR-діяльності — 5 год.

1. Дати визначення поняття «PR-кампанія» — 1 год.
2. Представити детальний алгоритм дій PR-фахівця — 2 год.
3. Провести SWOT-аналіз комерційної організації — 2 год.

Тема 5. Планування та програмування дій як другий етап стратегічного процесу в діяльності PR-фахівців — 5 год.

1. Визначити перелік завдань, які має вирішувати PR-фахівець при плануванні PR-кампанії — 2 год.
2. Сформулювати структуру PR-плану — 3 год.

Тема 6. Реалізація PR-кампанії як третій етап стратегічного процесу — 4 год.

1. Сформулювати типові помилки при реалізації PR-кампанії — 2 год.
2. Написати вимоги до PR-фахівців при організації PR-заходів — 1 год.
3. Представити структуру прес-релізу — 1 год.

Тема 7. Оцінка та контроль за результатами PR-кампанії — 4 год.

1. Проаналізувати, який чином PR-менеджер може контролювати дії своїх підлеглих — 2 год.
2. Назвати ознаки успішної PR-кампанії — 2 год.

**Змістовий модуль III. PR-стратегії в надзвичайних ситуаціях: специфіка,
алгоритм формування
та здійснення, критерії успіху – 18 год.**

Тема 8. Комунікація в надзвичайних ситуаціях — 6 год.

1. Проаналізувати проблеми, що зустрічаються у процесі управління комунікаціями у надзвичайних умовах — 2 год.
2. Назвати найбільш розповсюджені помилки PR-фахівців у кризових ситуаціях — 2 год.
3. Сформувати критерії успішної комунікації в надзвичайних ситуаціях — 2 год.

Тема 9. Кризовий PR — 6 год.

1. Сформувати обов'язки PR-фахівця для діяльності в умовах кризи — 2 год.
2. Охарактеризувати потенційно небезпечні галузі, де ефективне управління кризовою комунікацією набуває особливого значення — 2 год.
3. Проаналізувати діяльність PR-фахівця на кожному з етапів кризового менеджменту — 2 год.

Тема 10. Стратегії кризового реагування — 6 год.

4. Дати визначення та характеристику поняття «кризове реагування» — 1 год.
5. Провести компаративний аналіз стратегій кризового реагування В. Бенуа, Т. Кумбса, Г. Даулінга — 5 год.

Карту самостійної роботи, де визначено форми академічного контролю, успішність (бали) і термін виконання самостійної роботи студентами, подано у вигляді табл. 3.

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
Змістовий модуль I. Основи стратегічного управління			
Тема 1. Вступ до курсу «Стратегії успіху у зв'язках з громадськістю» (6 год.)	Модульний контроль, залік	5	I
Тема 2. Стратегічне управління: визначення, сутність, характеристика (6 год.)	Модульний контроль, семінарське заняття, залік	5	II
Тема 3. Наукові школи формування стратегій: основні ідеї, цінності та досягнення (6 год.)	Модульний контроль, залік	5	III
Змістовий модуль II. Стратегічний процес у PR-діяльності: характеристика етапів, умови та критерії успіху			
Тема 4. Аналіз середовища та формулювання проблеми як перший етап стратегічного процесу в PR-діяльності (5 год.)	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5	IV
Тема 5. Планування та програмування дій як другий етап стратегічного процесу в діяльності PR-фахівців (5 год.)	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5	V
Тема 6. Реалізація PR-кампанії як третій етап стратегічного процесу (4 год.)	Семінарське заняття, практичне заняття, модульний контроль, залік	5	VI
Тема 7. Оцінка та контроль за результатами PR-кампанії (4 год.)	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5	VII
Змістовий модуль III. PR-стратегії в надзвичайних ситуаціях: специфіка, алгоритм формування та здійснення, критерії успіху			
Тема 8. Комунікація в надзвичайних ситуаціях (6 год.)	Семінарське заняття, практичне заняття, модульний контроль, залік	5	VIII
Тема 9. Кризовий PR (6 год.)	Семінарське заняття, практичне заняття, модульний контроль, залік	5	IX
Тема 10. Стратегії кризового реагування (6 год.)	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5	X
<i>Разом: 54 год.</i>	<i>Разом: 50 балів</i>		

VIII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

1. Навчальні досягнення студентів із дисципліни "Стратегії успіху у зв'язках з громадськістю" оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

2. Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (п. IV), де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 4 та табл. 5.

Таблиця 4.

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

№	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1	Відвідування лекцій	1	10	10
2	Відвідування практичних, семінарських занять	1	4+7	11
3	Виконання завдання з самостійної роботи (домашнього завдання)	5	10	50
4	Робота на практичному, семінарському занятті	10	4+7	110
5	Модульна контрольна робота	25	3	75
максимальна кількість балів 256				

Розрахунок: $256:100=2,6$

Студент набрав: 220

Оцінка: $220:2.6= 85$ (бал за семестр)

3. У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

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

➤ **Методи письмового контролю:** модульна контрольна робота.

Порядок переведення рейтингових показників успішності у європейські оцінки ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	Зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Загальні критерії оцінювання успішності студентів, які отримали за 4-бальною шкалою оцінки «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно», подано у табл. 6.

Таблиця 6.

Загальні критерії оцінювання навчальних досягнень студентів

Оцінка	Критерії оцінювання
«відмінно»	ставиться за повні та міцні знання матеріалу в заданому обсязі, вміння вільно виконувати практичні завдання, передбачені навчальною програмою; за знання основної та додаткової літератури; за вияв креативності у розумінні і творчому використанні набутих знань та умінь.
«добре»	ставиться за вияв студентом повних, систематичних знань із дисципліни, успішне виконання практичних завдань, засвоєння основної та додаткової літератури, здатність до самостійного поповнення та оновлення знань, проте у відповіді студента наявні незначні помилки.
«задовільно»	ставиться за вияв знання основного навчального матеріалу в обсязі, достатньому для подальшого навчання і майбутньої фахової діяльності, поверхову обізнаність з основною і додатковою літературою, передбаченою навчальною програмою; можливі суттєві помилки у виконанні практичних завдань, але студент спроможний усунути їх із допомогою викладача.
«незадовільно»	виставляється студентові, відповідь якого під час відтворення основного програмового матеріалу поверхова, фрагментарна, що зумовлюється початковими уявленнями про предмет вивчення. Таким чином, оцінка «незадовільно» ставиться студентові, який неспроможний до навчання чи виконання фахової діяльності після закінчення ВНЗ без повторного навчання за програмою відповідної дисципліни.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється з використанням роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

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

IX. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Найбільш поширені методи навчання дисципліни "Стратегії успіху у зв'язках з громадськістю" представлено у табл. 7.

Таблиця 7.

Класифікація методів навчання, представлених у навчальному курсі

Група	Класифікаційна ознака	Види методів
I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності	за джерелом інформації	<ul style="list-style-type: none"> • словесні: лекція (традиційна, проблемна), семінари, пояснення, розповідь, бесіда • наочні: спостереження, ілюстрація, демонстрація. • практичні: вправи
	за логікою передачі і сприймання навчальної інформації	<ul style="list-style-type: none"> • індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.
	за ступенем самостійності мислення	<ul style="list-style-type: none"> • репродуктивні, пошукові, дослідницькі
	за ступенем керування навчальною діяльністю	<ul style="list-style-type: none"> • під керівництвом викладача; • самостійна робота студентів: з книгою; • виконання індивідуальних навчальних завдань
II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності		<ul style="list-style-type: none"> • методи стимулювання інтересу до навчання навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо); • прикладний метод аналізу ситуацій - кейс-стаді (case study), що дозволяє аналізувати результативність реалізованих рекламних та PR-кампаній на прикладі українських, російських та іноземних компаній

X. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ:

- ✓ опорні конспекти лекцій;
- ✓ навчальні посібники;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ засоби підсумкового контролю (комплект завдань для модульних контрольних робіт).

XI. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література:

1. Алешина И.В. Паблік Рилейшнз для менеджерів: Учебник. - М.: ИКФ “ЭКМОС”, 2002. - 480 с.
2. Викентьев И.Л. Приемы Public Relations. - Новосибирск: ЦЭРИС, 1993. - 165 с.
3. Кочеткова А. В., Филиппов В. Н., Скворцов Я. Л., Тарасов А. С. Теория и практика связей с общественностью. — СПб.: Питер, 2009. — 240 с.
4. Купчинова Т. В.. Риск и рисковые коммуникации // Актуальные социальные проблемы, 2009. – С. 48 – 51.
5. Мойсеев В.А. Паблік рилейшнз - К. : Академвидав (Альма-матер), 2007.
6. Порохня В.М., Безземельна Т. О., Кравченко Т.А. Стратегічне управління: навч. посібн. – К.: Центр учбової літератури, 2012.
7. Связи с общественностью как социальная инженерия / Под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. - СПб.: Речь, 2005. - 336 с.
8. Файншмидт Е. А. Введение в профессию. М., 2012. – 102 с.
9. Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика.
10. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручн. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

Додаткова література:

1. Берн Эрик. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. М., 1988.
2. Ильин Е. П. Психология риска. Санкт-Петербург, 2012. – 267 с.