

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



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Зв'язки з громадськістю

Напрямок підготовки 6.030204 Міжнародна інформація

Інститут журналістики

2016 – 2017 навчальний рік



Робоча програма з дисципліни «Зв'язки з громадськістю» для студентів освітньої програми «Міжнародна інформація» галузі знань 055 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» 2016 року – 26 с.

Розробник: Гусак Ольга Петрівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами і зв'язків з громадськістю Інститут журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від «11» серпня 2016 року № 1

Завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю



(підпис)

(Новохатько Л.М.)

(прізвище та ініціали)

©КУБГ, 2016 рік

©Гусак О. П., 2016 рік

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	
"Зв'язки з громадянською"	12
V. Плани семінарських завдань	15
VI. Завдання для самостійної роботи	18
VII. Система поточного та підсумкового контролю знань	22
VIII. Методи навчання	24
IX. Методичне забезпечення курсу	25
X. Рекомендована література	25
Основна	25
Додаткова	25

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни "Зв'язки 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 із специфікою PR як соціально-комунікаційної технології позиціювання суб'єктів соціальної діяльності в суспільстві.

Завдання навчального курсу:

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

Міжпредметні зв'язки. "Зв'язки з громадськістю" спирається на курс менеджменту, маркетингу, соціальної психології, соціології, етики, філології, журналістики.

У результаті вивчення дисципліни "Зв'язки з громадськістю" студент повинен **знати**:

- об'єкт, предмет, структурну, функціональну характеристику, типології PR;
- основні поняття та терміни, що функціонують у галузі зв'язків із

громадськістю;

- принципи і напрями організації PR-діяльності;
- актуальні тенденції та перспективи розвитку PR-бізнесу в умовах світових трансформацій.

Студент повинен **вміти**:

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

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 22 год. – лекції, 20 – семінарські заняття, 6 год. – модульний контроль, 60 год. – самостійна робота. Засвоєння студентами курсу "Зв'язки з громадськістю" завершується складанням заліку.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предмет: сутність, завдання, структура, функції, типи, форми здійснення зв'язків з громадськістю як прикладної комунікаційної технології.

Курс:	Напря́м, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів, відповідних ECTS: <i>2 кредита</i> Змістові модулі: <i>3 модулі</i> Загальний обсяг дисципліни (години): <i>108 годин</i> Тижневих годин: <i>2 години</i>	Шифр та назва галузі знань 0301 Міжнародні відносини Шифр та назва напрямку 6.030204 Міжнародна інформація Освітньо-кваліфікаційний рівень "бакалавр"	Нормативна Рік підготовки: 4. Семестр: 7. Аудиторні заняття: 42 години, з них: Лекції (теоретична підготовка): 22 годин Семінарські заняття 20 годин Модульні контрольні роботи: 6 годин Самостійна робота: 60 годин Вид контролю: залік

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1.

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							
		Разом	Ауди- торних	Лекцій	Практи- чних	Семінар- ських	Індиві- дуальна робота	Самос- тійна робота	Під-сум- ко- вий кон- троль
Змістовий модуль I. Історично-етичні аспекти становлення PR									
1	Вступ до курсу	10	4	2		2		6	
2	Історичні етапи становлення та розвитку PR в світі	8	2	2				6	
3	Професійно-етичні принципи та норми діяльності PR-фахівців	12	4	2		2		8	
	Модульна контрольна робота	2							2
	Разом	32	10	6		4		20	2
Змістовий модуль II. PR-діяльність									
4	Організація роботи PR-структур: особливості, форми, їхні переваги та недоліки	9	4	2		2		5	
5	Вплив на громадськість: сутність, форми	9	4	2		2		5	
6	PR-кампанія: сутність, особливості розробки та реалізації	9	4	2		2		5	
7	Організація та проведення PR-заходів	9	4	2		2		5	
	Модульна контрольна робота	2							2
	Разом	38	16	8		8		20	2
Змістовий модуль III. Кризовий PR як перспективний напрям розвитку зв'язків з громадськістю									
8	Кризовий PR: сутність, характеристика етапів реалізації, алгоритм дій PR-фахівця	9	4	2		2		5	
9	Антиманіпулятивні технології в діяльності PR-фахівців	9	4	2		2		5	
10	PR в конфліктах	9	4	2		2		5	
11	Основи психоемоційної регуляції в діяльності PR-фахівців	9	4	2		2		5	
	Модульна контрольна робота	2							2
	Разом	38	16	8		8		20	2
	Семестровий контроль								
	Разом за навчальним планом	108	42	22		20		60	6

ІІІ. ПРОГРАМА

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І.

Історично-етичні аспекти становлення PR

ЛЕКЦІЯ 1. Вступ до курсу (2 ГОД.)

Мета курсу, його предмет, завдання. Дефініція та характеристика поняття «зв'язки з громадськістю». Мета та завдання PR. Поняття про громадськість, її ключові групи. Зв'язки з громадськістю в сучасних умовах глобалізаційних змін: тенденції розвитку. Чинники, що зумовлюють популярність професії PR-фахівця в епоху трансформацій.

Семінарське заняття 1. Самопрезентація як чинник досягнення успіху у сфері PR.

ЛЕКЦІЯ 2. Історичні етапи становлення та розвитку PR в світі (2 ГОД.)

Зародження системи PR в США. Формування американського PR (кінець XIX – поч. XX ст.). Становлення паблік релейшнз як професії і наукової дисципліни в Америці (1920 р. - 1939 р.). Формування системи зв'язків з громадськістю в США та Великобританії в 40-60 рр. Розвиток зв'язків з громадськістю в період становлення інформаційного суспільства (середина 60-х - 90-ті роки).

ЛЕКЦІЯ 3. Професійно-етичні принципи та норми діяльності PR-фахівців (2 ГОД.)

Дефініція понять «професійний принцип» та «професійна норма». Загальні професійно-етичні принципи професійної діяльності. Професійні принципи у сфері зв'язків з громадськістю. Особливості професійної норми в системі зв'язків з громадськістю.

Семінарське заняття 2. Етичні кодекси в галузі PR.

9
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II.

PR-діяльність

ЛЕКЦІЯ 4. Організація роботи PR-структур: особливості, форми, їхні переваги та недоліки (2 ГОД.)

Організаційні форми PR-діяльності: сутність, характеристика. Створення PR-служби як структурного підрозділу компанії: переваги та недоліки. Особливості співпраці із автономними PR-агентствами. Місце PR-служб у корпоративній структурі. риси.

Семінарське заняття 3. Прес-служба комерційної організації: особливості створення та функціонування.

ЛЕКЦІЯ 5. Вплив на громадськість: сутність, форми (2 ГОД.)

Дефініція поняття «вплив». Цивілізований, варварський та маніпуляційний вплив: визначення, характеристика, відмінності. Аналіз кейсів реалізації впливу PR-фахівцями.

Семінарське заняття 4. Маніпуляції в сучасному світі.

ЛЕКЦІЯ 6. PR-кампанія: сутність, особливості розробки та реалізації (2 ГОД.)

Визначення поняття «PR-кампанія». Здійснення PR-діяльності за системою RACE. Аналіз середовища та формулювання проблеми. Планування та програмування дій. Реалізація PR-кампанії. Оцінка та контроль за результатами PR-кампанії.

Семінарське заняття 5. Особливості іміджмейкінгу.

ЛЕКЦІЯ 7. Організація та проведення PR-заходів (2 ГОД.)

Поняття про PR-заходи. Типологія основних заходів у галузі зв'язків із громадськістю. Інформаційні приводи для PR-заходів. Прес-конференція:

специфіка проведення, типові помилки організації. Процедура відповідей на запитання журналістів. Особливості брифінгу, «круглого столу». Специфіка презентації: етапи та схема проведення. Підготовка виставки. Організація прийомів. Підготовка та написання інформаційних матеріалів для PR-заходів.

Семінарське заняття 6. Прес-тур як PR-захід.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III.

Кризовий PR як перспективний напрям розвитку зв'язків з громадськістю

ЛЕКЦІЯ 8. Кризовий PR: сутність, характеристика етапів реалізації, алгоритм дій PR-фахівця (2 ГОД.)

Теоретичний підхід до визначення поняття «кризовий PR». Особливості етапу попередження криз. Специфіка етапу «кризове реагування». Практичні рекомендації щодо здійснення алгоритму кризового реагування. Стратегії кризового реагування: зміст, форма, етичні аспекти. Типології та класифікація зовнішньокommunікаційних стратегій кризового реагування. Характеристика посткризової діяльності PR-фахівців.

Семінарське заняття 7. Кризовий план: розробка та написання.

ЛЕКЦІЯ 9. Антиманіпулятивні технології в діяльності PR-фахівців (2 ГОД.)

Маніпуляція як соціальний феномен: сутність, характеристика, ознаки. Комунікаційні аспекти маніпулятивних пасток. Поняття про антиманіпулятивні технології. Перелік основних антиманіпулятивних технологій.

Семінарське заняття 8. Комунікаційні технології антиманіпулятивного захисту в діяльності PR-фахівців.

ЛЕКЦІЯ 10. PR в конфліктах (2 ГОД.)

Визначення поняття «конфлікт». Класифікація конфліктів. Особливості

технології управління конфліктами (conflict management, issues management).

Алгоритм управління конфліктами PR-фахівцями.

Семінарське заняття 9. Технології розв'язання комунікативних конфліктів.

ЛЕКЦІЯ 11. Основи психоемоційної регуляції в діяльності PR-фахівців (2 ГОД.)

Теоретичні основи психоемоційного регулювання: визначення, сутність, значення для професійної діяльності PR-фахівців. Психологічні аспекти психоемоційного регулювання. Комунікаційні техніки психоемоційного регулювання. Особливості комунікаційної техніки «метафора».

Семінарське заняття 10. Емоційний інтелект: сутність, характеристика.

IV. Навчально-методична карта дисципліни «Зв'язки з громадськістю»

Разом: 108 год., лекції – 22 год., семінарські заняття – 20 год., модульний контроль – 6 год., самостійна робота – 60 год.

Таблиця 2

Модуль	Змістовий модуль I			
Назва модуля	Історично-етичні аспекти становлення PR			
К-сть балів за модуль	65			
Лекції	1	2	3	4
Теми лекцій	Тема 1. Вступ до курсу	Тема 2. Історичні етапи становлення та розвитку PR світі	Тема 3. Професійно-етичні принципи та норми діяльності PR-фахівців	
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал	
Теми семінарських занять (СЗ)	Тема 1. Самопрезентація як чинник досягнення успіху у сфері PR.		Тема 2. Етичні кодекси в галузі PR.	
Відвідування СЗ / робота СЗ / виконання ДЗ	1 + 10 = 11 балів		1 + 10 = 11 балів	
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	PR-діяльність			

К-сть балів за модуль	93				
Лекції	4	5	6	7	
Теми лекцій	Тема 4. Організація роботи PR-структур: особливості, форми, їхні переваги та недоліки	Тема 5. Вплив на громадськість: сутність, форми	Тема 6. PR-кампанія: сутність, особливості розробки та реалізації	Тема 7. Організація та проведення PR-заходів	
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал	
Теми семінарських занять (СЗ)	Тема 3. Прес-служба комерційної організації: особливості створення та функціонування.	Тема 4. Маніпуляція в сучасному світі.	Тема 5. Особливості іміджмейкінгу.	Тема 6. Прес-тур як PR-захід.	
Відвідування СЗ / робота СЗ / 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	Кризовий PR як перспективний напрям розвитку зв'язків з громадськістю				
К-сть балів за модуль	93				

Лекції	8	9	10	11	17	18
Теми лекцій	Тема 8. Кризовий PR: сутність, характеристи ка етапів реалізації, алгоритм дій PR-фахівця	Тема 9. Антиманіпуляти вні технології в діяльності PR- фахівців	Тема 10. PR в конфліктах	Тема 11. Основи психоемоційної регуляції в діяльності PR- фахівців		
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал		
Теми семінарських занять (СЗ)	Тема 7. Кризовий план: розробка та написання.	Тема 8. Комунікаційні технології антиманіпуляти ного захисту в діяльності PR- фахівців.	Тема 9. Технології розв'язання комунікативних конфліктів.	Тема 10. Емоційний інтелект: сутність, характеристика.		
Відвідування СЗ / робота СЗ / виконання ДЗ	1 + 10 = 11 балів	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	СР № 11 5 балів		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 4 (25 балів)					

ВСЬОГО 251 КОЕФІЦІЄНТ 2.5

V. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль I.

Семінарське заняття 1. Самопрезентація як чинник досягнення успіху у сфері PR.

1. Рівні самопрезентації.
2. Структурні компоненти самопрезентації.
3. Правила ефективної самопрезентації.

Основна література:

1. Семёнова Л.Н. Технология самопрезентации: учебно-методический комплекс / Л.М. Семёнова: под ред. К.В. Киуру. - Челябинск: Из-во ЮУрГУ. - 2005. - 54 с.
2. Черняев Г.В. Презентация личности / Г.В. Черняева. - М.: МАКС Пресс, 2002. - 106 с.

Семінарське заняття 2. Етичні кодекси в галузі PR.

1. Вимоги до професійної діяльності PR-фахівця згідно з нормами Кодексу професійної поведінки та етики Міжнародної асоціації ПР (IPRA).
2. Основні положення Кодексу професійної поведінки Інституту ПР (Англія).
3. Загальні та спеціальні професійні обов'язки PR-фахівця згідно з нормами Європейського кодексу професійної поведінки у сфері ПР (Лісабонський кодекс).
4. Професійні стандарти вітчизняних PR-фахівців відповідно до Кодексу професійної етики в галузі зв'язків із громадськістю, ухваленого ВГО «Українська ліга зі зв'язків із громадськістю».

Основна література:

1. Королько В.Г. Основы публичных отношений. - М.: Рефл-бук; К.: Ваклер. - 2001. - 528 с.
2. Кодекс професійної етики в галузі зв'язків із громадськістю [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pr-liga.org.ua/node/5>.

Змістовий модуль II.

Семінарське заняття 3. Прес-служба комерційної організації: особливості

створення та функціонування.

1. Структура прес-служби.
2. Функціональні обов'язки працівників прес-служби.
3. Стратегія і тактика прес-служби.

Основна література:

1. Алешина И.В. Паблік Рилейшинз 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 рілейшинз - К. : Академвидав (Альма-матер), 2007.

Семінарське заняття 4. Маніпуляції в сучасному світі.

1. Феномен маніпуляцій в постінформаційному суспільстві.
2. Особливості маніпуляції.
3. Типи маніпуляторів.

Основна література:

1. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита.— М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. — 344 с.
2. Шостром Е. Человек – манипулятор. Внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации. М., 2005.

Семінарське заняття 5. Особливості іміджмейкінгу.

1. Основні властивості іміджу, функції іміджу.
2. Імідж організації: особливості, структура, фірмовий стиль.
3. Вимоги до іміджу.
4. Роль соціальних стереотипів, установок, цінностей у формуванні іміджу, прийоми їхнього виявлення.

Основна література:

1. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю: навч. посібник. – Київ, НМЦВО, - 2001. – 560 с.

Семінарське заняття 6. Прес-тур як PR-захід.

1. Особливості організаційного етапу прес-туру.
2. Специфіка етапу проведення прес-туру.
3. Критерії ефективності прес-туру.

Основна література:

1. Основи реклами та зв'язків з громадськістю: підручник / за загред. В. Ф. Іванова, В.В. Різуна. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 431 с.

Змістовий модуль III.

Семінарське заняття 7. Кризовий план: розробка та написання.

1. Головні завдання та специфіка діяльності PR-служб на етапі планування та підготовки до криз.
2. Зміст кризового плану.
3. Особливості PR-діяльності на етапі кризового реагування.
4. Сутність та специфічні риси посткризової діяльності PR-фахівців.

Основна література:

1. Файншмидт Е. А. Антикризисный PR : учеб. пособ. / Е. А. Файншмидт, Т. В. Юрьева, Б. В. Кузнецов. – М. : 2008. – 51 с.
2. Федотова М. Г. Связи с общественностью как антикризисный менеджмент : учеб. пособ. / М. Г. Федотова. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2009. – 64 с.

Семінарське заняття 8.

Комунікаційні технології антиманіпулятивного захисту в діяльності PR-фахівців.

1. Маніпулятивні пастки.
2. Особливості психологічного захисту від маніпуляцій.
3. Технології антиманіпулятивного захисту.

Основна література:

1. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита.— М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. — 344 с.

2. Шостром Е. Человек – манипулятор. Внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации. М., 2005.

Семінарське заняття 9.

Технології розв'язання комунікативних конфліктів.

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.

Семінарське заняття 10.

Емоційний інтелект: сутність, характеристика.

1. Теоретичні концепції емоційного інтелекту.
2. Роль емоційного інтелекту для професійної кар'єри.
3. Розвиток емоційного інтелекту.

VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Змістовий модуль I. Історично-етичні аспекти становлення PR – 20 год.

Тема 1. Вступ до курсу— 6 год.

1. Дати визначення поняттю «зв'язки з громадськістю» — 1 год.
2. Здійснити порівняльний аналіз специфіки зв'язків з громадськістю та реклами — 2 год.
3. Підготувати доповідь «Значення PR-діяльності в сучасну епоху трансформацій»— 3 год.

Тема 2. Історичні етапи становлення та розвитку PR у світі — 6 год.

1. Охарактеризувати періодизацію формування американського PR — 2 год.
2. Дослідити контекст та особливості діяльності суспільного руху “Громадськість повинна знати все!” — 1 год.
3. Дослідити історію формування принципів професійної діяльності PR-фахівців — 1 год.
4. Виявити особливості розвитку PR в США в «післявоєнну добу» — 1 год.
5. Визначити загальні ознаки інформаційного суспільства — 1 год.

1. Тема 3. Професійно-етичні принципи та норми діяльності PR-фахівців — 8 год.

1. Охарактеризувати професіоналізм як критерій етичної діяльності сучасних PR-фахівців — 2 год.
2. Розкрити сутність принципу соціальної орієнтації в зв'язків з громадськістю — 2 год.
3. Проаналізувати сутність і значення соціальної відповідальності PR-фахівця — 2 год.
4. Виявити зміст та межі поняття «професійна норма» — 2 год.

Змістовий модуль II. – 20 год.

PR-діяльність

Тема 4. Організація роботи PR-структур: особливості, форми, їхні переваги та недоліки — 5 год.

1. Розробити модель PR-служби комерційної організації — 2 год.
2. Створити модель власної PR-агенції — 2 год.
3. Сформулювати вимоги до незалежних PR-фахівців — 1 год.

1. Тема 5. Вплив на громадськість: сутність, форми — 5 год.

1. Проаналізувати випадки використання маніпулятивних технік в PR — 3 год.
2. Виявити елементи маніпуляційного впливу засобами PR в українському медіа-просторі — 2 год.

Тема 6. PR-кампанія: сутність, особливості розробки та реалізації — 5 год.

1. Визначити головну мету будь-якої PR-кампанії — 1 год.
2. Визначити головні етапи планування PR-кампанії — 2 год.
3. Назвати ознаки успішної PR-кампанії — 2 год.

Тема 7. Організація та проведення PR-заходів — 5 год.

1. Проаналізувати правила проведення брифінгу — 2 год.
2. Сформулювати типові помилки при організації прес-конференції — 3 год.

Змістовий модуль III. Кризовий PR як перспективний напрям розвитку зв'язків з громадськістю — 20 год.

Тема 8. Кризовий PR: сутність, характеристика етапів реалізації, алгоритм дій PR-фахівця — 5 год.

1. Охарактеризувати потенційно небезпечні галузі, де ефективне управління кризовою комунікацією набуває особливого значення — 2 год.
2. Проаналізувати класифікацію криз — 1 год.
3. Назвати основні завдання, що висувуються перед PR-фахівцем в умовах кризи — 2 год.

Тема 9. Антиманіпулятивні технології в діяльності PR-фахівців — 5 год.

1. Охарактеризувати основні техніки протидії маніпуляції » — 2 год.
2. Сформулювати основні принципи комунікаційного захисту від маніпуляцій — 2 год.

Тема 10. PR в конфліктах — 5 год.

1. Розкрити сутність технології управління конфліктами — 2 год.
2. Охарактеризувати вимоги стосовно особистих якостей PR-фахівців, що спеціалізуються на управлінні конфліктами — 2 год.

Тема 11. Основи психоемоційної регуляції в діяльності PR-фахівців — 5 год.

1. Дослідити роль емоційного інтелекту в професійній діяльності PR-фахівців — 2 год.
2. Проаналізувати комунікаційні техніки психоемоційної регуляції — 3 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. Організаційно-комунікаційні аспекти рекламної та PR-діяльності			
Тема 1.	Семінарське заняття, модульний контроль, залік	5	I
Тема 2.	Модульний контроль, залік	5	II
Тема 3.	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	III
Змістовий модуль II. PR-діяльність			
Тема 4.	Семінарське заняття, модульний контроль, залік	5	IV
Тема 5.	Семінарське заняття, модульний контроль, залік	5	VI
Тема 6.	Семінарське заняття, модульний контроль, залік	5	VII
Тема 7.	Семінарське заняття, модульний контроль, залік	5	VII
Змістовий модуль III. Кризовий PR як перспективний напрям розвитку зв'язків з громадськістю			
Тема 13.	Семінарське заняття, модульний контроль, залік	5	XIII
Тема 14.	Семінарське заняття, модульний контроль, залік	5	XIV
Тема 15.	Семінарське заняття, модульний контроль, залік	5	XVI
Тема 16.	Семінарське заняття, модульний контроль, залік	5	XVII
Разом: 60 год.		Разом: 55 балів	

VII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

1. 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	11	11
2	Виконання завдання з самостійної роботи (домашнього завдання)	5	11	55
3	Робота та видвигування семінарського заняття	1+10	10	110
5	Модульна контрольна робота	25	3	75
максимальна кількість балів 251				

Розрахунок: $251:100=2.5$

Студент набрав: 235

Оцінка: $235:2.5=94$ (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

Шкала оцінювання: національна та ECTS

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, можливими, незначними недоліками
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 недоліків, 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

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.

VIII. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Найбільш поширені методи навчання дисципліни "Паблік рилейшнз" 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	• словесні: лекція (традиційна, проблемна), семінари, пояснення, розповідь, бесіда • наочні: спостереження, ілюстрація, демонстрація. • практичні: вправи
	за логікою передачі і сприймання навчальної інформації	• індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.
	за ступенем самостійності мислення	• репродуктивні, пошукові, дослідницькі
	за ступенем керування навчальною діяльністю	• під керівництвом викладача; • самостійна робота студентів: з книгою; • виконання індивідуальних навчальних завдань
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); • прикладний метод аналізу ситуацій - кейс-стаді (case study), що дозволяє аналізувати результативність реалізованих рекламних та PR-кампаній на прикладі українських, російських та іноземних компаній _

IX. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ:

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

Х. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

Основна література:

1. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR. – СПб.: Питер, 2006. – 368 с.
2. Кочеткова А.В. Современная прес-служба / А. В. Кочеткова, А. С. Тарасов. – М., 2009. – 252 с.
3. Основи реклами та зв'язків з громадськістю: підручник / за загред. В. Ф. Іванова, В.В. Різуна. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 431 с.
4. Семёнова Л.Н. Технология самопрезентации: учебно-методический комплекс / Л.М. Семёнова: под ред. К.В. Киуру. - Челябинск: Из-во ЮУрГУ. - 2005. - 54 с.
5. Тихомирова Є. Б., Постоловський С.Р. Конфліктологія та теорія переговорів. Підручник. – Рівне: Перспектива, 2007. – 389 с.
6. Файншмидт Е. А. Антикризисный PR : учеб. пособ. / Е. А. Файншмидт, Т. В. Юрьева, Б. В. Кузнецов. – М. : 2008. – 51 с.
7. Черняев Г.В. Презентация личности / Г.В. Черняева. - М.: МАКС Пресс, 2002. - 106 с.
8. Шостром Е. Человек – манипулятор. Внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации. М., 2005.

Додаткова література:

1. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров: Учебник. - М.: ИКФ “ЭКМОС”, 2002. - 480 с.

2. Королько В.Г. Основы публичных отношений. - М.: Рефл-бук; К.: Ваклер. - 2001. - 528 с.
3. Федотова М. Г. Связи с общественностью как антикризисный менеджмент : учеб. пособ. / М. Г. Федотова. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2009. – 64 с.