

Київський університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

 О. Б. Жильцов

« _____ » _____ 2023

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Основи професійної діяльності: Основи PR

для студентів

спеціальності **061 «Журналістика»**
освітнього рівня **першого (бакалаврського)**
освітньої програми **061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»**

Київ - 2023



Розробник:

Новохатько Леонід Михайлович, доктор історичних наук, професор,
завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Викладач:

Новохатько Леонід Михайлович, доктор історичних наук, професор,
завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

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

Протокол № 1 від 28 серпня 2023 року

Заступник завідувача кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Т.Ю.Белофастова

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

_____ 2023 року

Гарант освітньо-професійної програми _____ М.М.Нетреба

Робочу програму перевірено

_____ 2023 р.

Заступник декана Факультету журналістики з науково-методичної та навчальної роботи

В.Є.Сошинська

Пролонговано

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__20__ р., протокол № _____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	основна	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	2/60	-
Курс	1	-
Семестр	1	-
Кількість змістових модулів з розподілом	2	-
Обсяг кредитів	2	-
Обсяг годин, в тому числі:	60	-
Аудиторні	28	-
Модульний контроль	4	-
Семестровий контроль	8	-
Самостійна робота	20	-
Форма семестрового контролю	Іспит	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета - сформувати теоретичні та практичні основи знань майбутнього фахівця із реклами та зв'язків з громадськістю шляхом засвоєння базових положень науково-прикладної дисципліни «Основи професійної діяльності: Основи PR», основних тенденцій розвитку галузі, професійних вимог до фахівців зі зв'язків з громадськістю, оволодіння студентами термінологічним апаратом.

Завдання дисципліни передбачають такі процеси:

- розвивати *інтегральну компетентність*: здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі журналістики, соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов;
- розвивати *загальні компетентності* такі, як:
 - ЗК 1. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях;
 - ЗК 2. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;
 - ЗК 5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;
 - ЗК 8. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями;
 - ЗК 11. Здатність спілкуватися державною мовою;
- розвивати *фахові компетентності* спеціалізації:
 - СК 1. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних

- комунікацій у своїй професійній діяльності;
- СК 2. Здатність формувати інформаційний контент;
 - СК 3. Здатність створювати медійний, рекламний та PR-продукт для вирішення завдань внутрішньої і зовнішньої комунікації;
 - СК 4. Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність.

Фахові компетентності формуються у Центрі сучасних комунікацій Факультету журналістики Університету Грінченка.

3.Результати навчання за дисципліною

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких *програмних результатів за ОПП 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», освітнього рівня першого «бакалаврського»:*

- РН 1. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань;
- РН 2. Застосовувати знання зі сфери реклами та зв'язків з громадськістю для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції;
- РН 5. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань;
- РН 8. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань;
- РН 11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою;
- РН 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук;
- РН 14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації;
- РН 15. Створювати грамотний медійний, рекламний та PR-продукт з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення;
- РН 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.

В результаті студент повинен:

- знати основні поняття, тлумачення і терміни публік рилейшнз;
- знати особливості діяльності підрозділів і учасників PR-ринку і бізнесу;
- усвідомлювати важливість дотримання принципів PR-взаємодії із засобами масової інформації та базових документів її організації;
- планувати і організувати PR-кампанію у сфері своїх професійних інтересів;
- виконувати посадові функції менеджерів зв'язків з громадськістю;

- складати стратегічні та тактичні плани PR-комунікації;
- професійно організувати взаємодію з мас-медіа.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

№ тем	Назви теоретичних розділів	Розподіл годин між видами робіт						
		Усього	Аудиторних			Модульний контроль	Самостійна робота	Семестровий контроль
			Лекції	Семінари	Практична			
Модуль I. ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ								
1.	Виникнення, розвиток та сфери застосування зв'язків із громадськістю. PR і реклама: спільне та відмінне	12	4	4			4	
2.	Громадськість як об'єкт PR-діяльності. Типи комунікації	10	4	2			4	
3.	Основні інструменти та технології у зв'язках з громадськістю	8		2	2		4	
	Модульна контрольна робота № 1	2				2		
	<i>Разом</i>	32	8	8	2	2	12	
Модуль II. ПРАКТИЧНІ ОСНОВИ PR –ДІЯЛЬНОСТІ. ОСНОВНІ ВИМОГИ ДО ФАХІВЦІВ								
4	Сучасні спеціалізації PR та практика їх застосування	8		2	2		4	
5	PR-компанія: планування, проведення та оцінка ефективності	6			4		2	
6	Професійні вимоги до фахівців зі зв'язків з громадськістю	4			2		2	
	Модульна контрольна робота № 2	2				2		
	<i>Разом</i>	20		2	8	2	8	
	<i>Екзамен</i>							8
	Всього за навчальним планом	60	8	10	10	4	20	8

5. Програма навчальної дисципліни

Модуль I. ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ

Тема 1. Виникнення, розвиток та сфери застосування зв'язків із громадськістю. PR і реклама: спільне та відмінне

Зародження та розвиток зв'язків з громадськістю, становлення цієї сфери як важливого чинника розвитку суспільства. Етапи комунікаційної революції. Сучасний стан галузі в Україні, Європі та світі. Функції PR. Суміжні науки, необхідність їх вивчення майбутніми фахівцями з реклами і зв'язків з громадськістю. Характеристика основних визначень PR. Спільне і відмінне між рекламою та зв'язками з громадськістю, пропагандою та зв'язками з громадськістю. Важливість проведення ефективної PR-діяльності в Україні в умовах воєнного стану, інформаційної війни з РФ.

Тема 2. Громадськість як об'єкт PR-діяльності. Типи комунікації
Характеристика громадськості як основного об'єкту PR-діяльності. Виявлення та класифікація основних груп громадськості. Соціологічні та інші методи дослідження в процесі PR-діяльності. Характеристика основних проблем у практичній роботі з різними групами громадськості. Чотири типи комунікації, обґрунтування їх позитивних і негативних сторін.

Тема 3. Основні інструменти та технології у зв'язках з громадськістю
Характеристика основних інструментів та технологій у зв'язках з громадськістю: історія та сучасність. Етапи комунікаційної революції. Основні сучасні канали комунікації у роботі PR-спеціаліста чи PR-структури, їх кількісна та якісна характеристика, сильні та слабкі аспекти у практичній роботі. Інтернет як особлива сфера комунікації і нова інформаційна реальність, перспективні інструменти та технології, штучний інтелект у PR-діяльності.

Модуль II. ПРАКТИЧНІ ОСНОВИ PR –ДІЯЛЬНОСТІ. ОСНОВНІ ВИМОГИ ДО ФАХІВЦІВ

Тема 4. Сучасні спеціалізації PR та практика їх застосування

Основні фахові спеціалізації у практичній роботі сучасного PR-спеціаліста, необхідність володіння знаннями суміжних сфер. Особливості роботи фахівців зі зв'язків з громадськістю, які працюють в сферах:

- економіки, інвестицій, матеріального виробництва, розробки та просування торгово-промислових брендів, малого і середнього бізнесу;
- сфери послуг, індустрії гостинності, готельно-ресторанного бізнесу, спорту та фітнесу, б'юті-індустрії;

- політики, державного управління та місцевого самоврядування;
- соціальної політики, підтримки людей з особливими потребами, людей похилого віку, промоції неурядових організацій, структур громадянського суспільства, волонтерства;
- освіти і культури (промоція державних і приватних закладів освіти всіх рівнів, закладів та діячів культури і мистецтва, шоу-бізнесу, цирків, театрів, музеїв, аудіо-, теле- та інтернет-контенту, підтримка молодих талантів);
- антикризового менеджменту, комунікаційної діяльності напередодні та під час надзвичайної події, у післякризовий період, в тому числі в умовах воєнного стану, війни з РФ;
- іміджмейкерства (в різних галузях, напрямках);
- управління персоналом установи/організації, в тому числі керівництва приватною чи державною PR-агенцією.

Тема 5. PR-компанія: планування, проведення та оцінка ефективності

PR як проєктна діяльність. Сучасна конкуренція на ринку PR-послуг. Визначення мети, завдань, основних інструментів та технологій досягнення успіху, головні складові ефективності, їх оцінки. Пошук замовників, способи та види фінансування проєктів, залучення інвесторів, спонсорів. Визначення та формування кадрової команди проєкту. Промоція власного проєкту та оцінка його ефективності. Практика проведення пресконференцій, презентацій, використання інших інструментів для просування завдання/проєкту.

Тема 6. Професійні вимоги до фахівців зі зв'язків з громадськістю

Сучасний стан ринку PR-послуг в Україні та світі, конкуренція в різних його сегментах. Підготовка фахівців: український та світовий досвід. Міжнародні організації/асоціації в сфері зв'язків з громадськістю, їх етичні та правові норми. Особливості вимог до PR-фахівців в Україні, в сучасних умовах війни, воєнного стану.

Принципи організації, структура, фінансове, кадрове, промоційне та інше забезпечення приватної/державної PR-структури. Особливості роботи PR-фахівця у складі окремого PR-департаменту/відділу в установі, агентстві, компанії.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	4	4		
Відвідування семінарських занять	1	4	4	1	1
Відвідування на практичному занятті	1	1	1	4	4
Робота на семінарському занятті	10	4	40	1	10
Робота на практичному занятті	10	1	10	4	40
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
<i>Разом</i>			99		95
Максимальна кількість балів	194				
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $194 : 60 = 3,23$ Студент набрав: 168 балів Оцінка: $168 : 3,23 = 52$ балів				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Модуль I

Самостійна робота 1. Скласти перелік причин, факторів, які привели до появи професії ПР-фахівця як масової (бажано на слайді).

Форма подання роботи: файл прикріпити в ЕНК

Критерії оцінювання: максимальна оцінка - 5 балів

Самостійна робота 2. Скласти перелік можливих цільових аудиторій (ЦА) в ПР (бажано на слайді).

Форма подання роботи: файл прикріпити в ЕНК

Критерії оцінювання: максимальна оцінка - 5 балів

Самостійна робота 3. Скласти порівняльну таблицю особливостей таких інструментів ПР як радіо та телебачення (бажано на слайді).

Форма подання роботи: файл прикріпити в ЕНК

Критерії оцінювання: максимальна оцінка - 5 балів

Модуль II

Самостійна робота 4. Охарактеризувати основні напрями та особливості ПР-діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування в умовах війни, в тому числі з рф.

Форма подання роботи: файл прикріпити в ЕНК
Критерії оцінювання: максимальна оцінка - 5 балів

Самостійна робота 5. Укласти перелік основних елементів, пунктів будь-якої ПР-кампанії (бажано на слайді).

Форма подання роботи: файл прикріпити в ЕНК
Критерії оцінювання: максимальна оцінка - 5 балів

Самостійна робота 6. Скласти перелік існуючих в Україні, Європі та світі професійних громадських організацій, що функціонують у ПР-сфері (бажано на слайді).

Форма подання роботи: файл прикріпити в ЕНК
Критерії оцінювання: максимальна оцінка - 5 балів

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими критеріями:

- ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- ознайомлення з базовими та додатковими рекомендованими джерелами;
- уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання;
- логіка, структура, стиль викладу матеріалу, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
- повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання; творчий підхід й ініціативність у виконанні завдання.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення модуля у формі виконання письмової роботи (можливо – презентації на слайдах).

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 2, виконання кожної роботи є обов'язковим. Оцінюється у 25 балів кожна.

Загальна оцінка за кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на лекціях, семінарських, практичних заняттях, виконання самостійних робіт, модульну контрольну роботу.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульних контрольних робіт.

Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі іспиту (тести) і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу усього курсу «Основи професійної діяльності».

6.5. Орієнтовний перелік питань для тестів семестрового контролю

1. Характеристика визначень «паблік рилейшнз».
2. Громадська думка як об'єкт паблік рилейшнз.

3. Етика в ПР. Етичні кодекси ПР.
4. ПР-кампанія: складові успішного проєкту.
5. Інтернет та соцмережі у системі зв'язків з громадськістю.
6. Зв'язки з громадськістю та пропаганда, маркетинг, реклама (спільне і відмінне, співвідношення понять і методів).
7. ПР у гуманітарній сфері (освіта, культура, соціальна робота, громадянське суспільство, волонтерство).
8. Реклама і ПР: спільне та відмінне.
9. ПР в умовах кризи, надзвичайних ситуацій.
10. Мета, завдання, особливості, аудиторія комерційних публік рилейшнз.
11. Мета та завдання зв'язків з громадськістю у політичній сфері.
12. Роль і місце ПР у державному управлінні та місцевому самоврядуванні.
13. Особливості соціальних публік рилейшнз.
14. Основні професійні вимоги до фахівців ПР.
15. Види, типи ПР.
16. Особливості сучасних публік рилейшнз у зв'язку з агресією рф проти України.
17. Інструментарій публік рилейшнз: загальна характеристика.
18. ПР у шоу-бізнесі, кіноіндустрії та телебаченні.
19. Виникнення ПР-діяльності та її зв'язок зі ЗМІ.
20. ПР та суміжні галузі знань.
21. Перші професіонали у сфері ПР.
22. Характеристика моделей зв'язків з громадськістю, їх ефективності.
23. Особливості використання телебачення в ПР-діяльності.
24. Особливості використання радіо в ПР-діяльності.
25. Фахові вимоги до спеціалістів з ПР, в тому числі у зв'язку з агресією рф проти України.

7. Рекомендовані джерела

Основні

1. Біденко С., Золотаревич І. Репутаційний антистрес. Київ : Yakaboo Publishing. 2021. 224 с.
2. Гапоненко В.А., Рихлік В.А. Зв'язки з громадськістю : навч. посіб. Київ : КНЕУ. 2015. 238 с.
3. Гримська М. Зв'язки з громадськістю : підруч. Харків : Фоліо. 2015. 413 с.
4. Загорулько Є., Полтаржевський Д. Корпоративні комунікації: Свіжий погляд. Київ : Арт Економі. 2023. 360 с.
5. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : навч. посіб. для студентів вищ. навч. закладів / 3-те вид., допов. і переробл. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія». 2009. 831 с.
6. Пізнюк Л.В. Паблік рилейшнз: навч. посіб. для дистанц. навчання. Київ: Ун-т «Україна», 2015. 239 с.

7. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів. Київ : Центр навчальної літератури. 2019. 202 с.
8. Річ Лі. Міфи про PR : пер. І. Семенюк. Київ : Фабула. 2020. 272 с.
9. Стельмахова О. Піаритись не можна зупинитися. Київ : Ліра-Плюс. 2019. 196 с.
10. Томпсон Дерек. Хітмейкери. Наука популярності та змагання за увагу : пер. Н.Палій, Д. Антонюк. Київ : Yakaboo Publishing. 2018. 628 с.

Додаткові

1. Білан Н. І., Нетреба М. М. Організація роботи прес-служб : навч. посіб. Київ: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет". 2015. 304 с.
2. Верещак Вікторія. Комунікаційна стратегія в бізнесі. Як досягти максимуму в спілкуванні з аудиторією. Київ : Yakaboo Publishing. 2023. 200 с.
3. Вишняков О. Інформаційна війна з Росією: уроки виживання. URL : [fakty.ictv.ua/index/read – blog/id/1713](http://fakty.ictv.ua/index/read-blog/id/1713) (дата звернення: 11.08.2023)
4. Зернецька О. В. Глобальна комунікація : монографія. Київ : Наукова думка, 2017. 348 с.
5. Зубарева М. А. Прикладні антикризові PR-технології : навч. посіб. Острого : Видавництво Національного університету «Острозька академія». 2014. 162с.
6. Лісовська Ю.П. Кібербезпека: Ризики та заходи. Київ : Кондор. 2019. 272 с.
7. Ніколс Томас. «Диванні експерти». Як необмежений доступ до інформації робить нас тупішими : пер. Є. Кузнецової. Київ : Наш формат. 2019. 240 с.
8. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 257 с.
9. Почепцов Г.Г., Чукут С.А. Інформаційна політика: навч. посіб. 2-е вид., стер. Київ : Знання, 2008. 663 с. (Вища освіта ХХІ століття).
10. Сінека Саймон. Почни з чому : пер. з англ. В. Вищенської. Київ : Основи. 2022. 256 с.
11. Тодорова О. Енергія креативу. Банк ідей для бізнес-комунікацій. Київ : Інтерконтиненталь Україна. 2020. 192 с.
12. Управління інформаційною безпекою. Конспект лекцій: навч. посіб. / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: С. О. Носок, О. М. Фаль, В. М. Ткач. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 258 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/43377> (дата звернення: 12.08.2023).
13. Холл Кіндра. Сторітелінг, який не залишає байдужим. Київ : Yakaboo Publishing. 2020. 240 с.
14. Хомський Н. Десять стратегій маніпулювання за допомогою ЗМІ. Веб-сайт. Психологіс : Енциклопедія практичної психології. URL:

http://psychologis.com.ua/desyat_strategiy_manipulirovaniya_s_pomoschyu_s_mi.htm (дата звернення: 12.08.2023).

15. Чалдіні Р. Психологія впливу: пер. з англ. М. Скоробогатов. Харків: Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля». 2017. 352 с.
16. Як розпізнати фейк? Правила The Huffington Post. Веб-сайт. CERT-UA. URL: <https://cert.gov.ua/about-us> (дата звернення: 12.08.2023).
17. Gregory, Anne. Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach (fifth edition). 2022. 277 p.
18. Kelly, Liz H. 8-Second PR: New Public Relations Crash Course Paperback. 2022. 310 p.
19. Nierman, Evan. Crisis Averted: PR Strategies to Protect Your Reputation and the Bottom Line Hardcover. 2021. 192 p.
20. Ritchie, Adam. Invention in PR, 1st Edition. 2020. 152 p.
21. Rosenberg, Amy. A Modern Guide to Public Relations: Unveiling the Mystery of PR: Including: Content Marketing, SEO, Social Media & PR Best Practices Paperback. 2021. 188 p.
22. Scott, David Meerman. The New Rules of Marketing and PR: How to Use Content Marketing, Podcasting, Social Media, AI, Live Video, and Newsjacking to Reach Buyers Directly Paperback. 2022. 480 p.
23. Smudde, Peter M. Managing Public Relations: Business Principles and Tools for Strategic Communication, 2e Paperback. 2023. 352 p.
24. Stoker, Kevin L. Paradox in Public Relations: A Contrarian Critique of Theory and Practice (Routledge New Directions in PR & Communication Research) Paperback. 2021. 172 p.
25. Thompson, Gareth. Post-Truth Public Relations: Communication in an Era of Digital Disinformation. 2020. 192 p.
26. Witter, Jennefer. The Little Book of Big Pr: 100+ Quick Tips to Get Your Business Noticed Paperback. 2014, 128 p.

8. Навчально-методична карта дисципліни "Основи професійної діяльності: Основи PR"

Разом: 60 год., лекції – 8 год., семінарські заняття – 10 год., практичні заняття – 10 год., модульний контроль – 4 год., самостійна робота – 20 год., семестровий контроль - 8 год.,

Модулі	модуль I	модуль II
Назва модуля	ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ	
Кількість балів за модуль	99 балів	95 бал
Лекції	4 б.	
Теми лекцій	Виникнення, розвиток та сфери застосування зв'язків із громадськістю. PR і реклама: спільне та відмінне 2 б.	Громадськість як об'єкт PR-діяльності. Типи комунікації 2 б.
Теми семінарських занять	Виникнення, розвиток та сфери застосування зв'язків із громадськістю PR і реклама: спільне та відмінне 22 б. Громадськість як об'єкт PR-діяльності. Типи комунікації 11 б.	Основні інструменти та технології у зв'язках з громадськістю 11 б.
Теми практичних занять	Основні інструменти та технології у зв'язках з громадськістю 11 б.	Сучасні спеціалізації PR та практика їх застосування 11 б. Сучасні спеціалізації PR та практика їх застосування 11 б. PR-кампанія: планування, проведення та оцінка ефективності 22 б. Професійні вимоги до фахівців зі зв'язків з громадськістю 11 б.
Самостійна робота	5 б. x 3	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)	Модульна контрольна робота 2 (25 балів)