

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



“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор з навчально-методичної
та навчальної роботи
О.Б. Жильцов
“ ” 2015 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ

(шифр і назва навчальної дисципліни)

8.03060101 Менеджмент організацій і адміністрування за
видами економічної діяльності

галузь знань 0306 Менеджмент і адміністрування
(шифр і назва галузі знань)

Гуманітарний інститут
(назва інституту, факультету, відділення)

2015

Робоча програма «Паблік рилейшнз» для студентів за напрямом підготовки 8.03060101 Менеджмент організацій і адміністрування за видами економічної діяльності, галузі знань 0306 Менеджмент і адміністрування 2015 року - 33с.

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. Єременко)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Схвалено Вченою радою Гуманітарного інституту

Протокол від "06" лютого 2015 року № 6

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



©КУБГ, 2015 рік

©Гусак О. П., 2015 рік

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	4
Структура програми навчальної дисципліни	6
I. Опис предмета навчальної дисципліни	6
II. Тематичний план навчальної дисципліни	7
III. Програма	9
Змістовий модуль I	9
Змістовий модуль II	10
Змістовий модуль III	11
Змістовий модуль IV	12
IV. Навчально-методична карта дисципліни	
"Паблік рилейшнз"	13
V. Плани практичних завдань	18
VI. Завдання для самостійної роботи	20
VII. Система поточного та підсумкового контролю знань	25
VIII. Методи навчання	27
IX. Методичне забезпечення курсу	28
X. Рекомендована література	28
Основна	28
Додаткова	28

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни "Паблік рилейшнз" 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 позиціонування 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. "Паблік рилейшнз" спирається на курс менеджменту, маркетингу, соціальної психології, соціології, етики, філології, журналістики.

У результаті вивчення дисципліни "Паблік рилейшнз" 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 набутом 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 162 год., із них 36 год. – лекції, 18 год. – практичні заняття, 10 год. – індивідуальна робота, 9 год. – модульний контроль, 89 год. – самостійна робота. Засвоєння студентами курсу “Паблік рилейшнз” 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:	Напрямок, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
<p>Кількість кредитів, відповідних ECTS: <i>4,5 кредитів</i></p> <p>Змістові модулі: <i>4 модулі</i></p> <p>Загальний обсяг дисципліни (години): <i>162 години</i></p> <p>Тижневих годин: <i>2,5 години</i></p>	<p>Шифр та назва галузі знань 0306_ Менеджмент і адміністрування</p> <p>Шифр та назва спеціальності 8.03060101 Менеджмент організацій і адміністрування за видами економічної діяльності</p> <p>Освітньо-кваліфікаційний рівень "магістр"</p>	<p>Нормативна</p> <p>Рік підготовки: 5.</p> <p>Семестр: 10.</p> <p>Аудиторні заняття: 64 годин, з них:</p> <p>Лекції (теоретична підготовка): 36 годин</p> <p>Практичні заняття 18 годин</p> <p>Індивідуальна робота: 10 годин</p> <p>Модульні контрольні роботи: 9 годин</p> <p>Самостійна робота: 89 годин</p> <p>Вид контролю: залік .</p>

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1.

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семінарських	Індивідуальна робота	Самостійна робота	Підсумковий контроль
Змістовий модуль I.									
Історично-етичні аспекти становлення PR									
1	Вступ до курсу	9	4	2	2			5	
2	Історичні етапи становлення розвитку PR в світі	7	2	2				5	
3	Становлення та формування зв'язків громадськістю в Україні	10	5	2			3	5	
4	Професійно-етичні принципи та норм діяльності PR-фахівців	10	4	2	2			6	
	Модульна контрольна робота	2							2
	<i>Разом</i>	38	15	8	4		3	21	2
Змістовий модуль II.									
PR-діяльність									
5	Організація роботи PR-структур: особливості, форми, їхні переваги та недоліки	9	4	2	2			5	
6	Дослідницька діяльність PR-фахівців	9	4	2	2			5	
7	Вплив на громадськість: сутність, форми	6	2	2				4	
8	PR-кампанія: сутність, особливості розробки та реалізації	12	7	2	2		3	5	
9	Організація та проведення PR-заходів	9	4	2	2			5	
	Модульна контрольна робота	2,5							2,5
	<i>Разом</i>	47,5	21	10	8		3	24	2,5
Змістовий модуль III.									
PR-тексти: характеристика, різновиди, технології створення									
10	Тексти для розповсюдження в ЗМІ: різновиди та технології написання	10	4	2	2			6	
11	Тексти для публікації в ЗМІ: специфіка, особливості створення	8	2	2				6	
12	Основи спічрайтингу	14	6	2	2		2	8	
	Модульна контрольна робота	2							2
	<i>Разом</i>	34	12	10	4		2	20	2

Змістовий модуль IV.									
Кризовий PR як перспективний напрям розвитку зв'язків з громадськістю									
13	Теорія криз	6	2	2				4	
14	Кризовий PR: сутність, характеристика етапів реалізації, алгоритм дій PR-фахівця	10	6	2	2		2	4	
15	Антиманіпулятивні технології в діяльності PR-фахівців	6	2	2				4	
16	PR в конфліктах	6	2	2				4	
17	Основи психоемоційної регуляції в діяльності PR-фахівців	6	2	2				4	
18	Розвиток стресовитривалості PR-фахівців	6	2	2				4	
Модульна контрольна робота		2,5							2,5
Разом		42,5	16	4	2			24	2,5
Семестровий контроль									
Разом за навчальним планом		162	64	36	18		10	89	9

III. ПРОГРАМА

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I.

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.

Практичне заняття 1. Комунікативні компетенції PR-фахівців.

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 рилейшнз 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. Становлення та формування зв'язків із громадськістю в Україні (2 ГОД.)

Становлення паблік рилейшнз в Україні. Законодавча база, що регулює діяльність вітчизняних PR-фахівців. Розвиток ринку політичного PR. Спектр сучасних проблем професійної діяльності у сфері зв'язків із громадськістю в Україні. Професійні організації в галузі PR. Специфіка функціонування українського PR-ринку. Кількісні показники вітчизняної PR-індустрії.

ЛЕКЦІЯ 4. 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.

Практичне заняття 2. Етичні кодекси в галузі PR.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II.

PR-діяльність

ЛЕКЦІЯ 5. 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.

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

ЛЕКЦІЯ 6. Дослідницька діяльність PR-фахівців (2 ГОД.)

Дослідження зовнішньої та внутрішньої громадськості організації. Створення сприятливого для довгострокового розвитку середовища організації. Типологія джерел інформації, що використовується в діяльності PR-фахівців. Класифікація PR-досліджень, етапи проведення.

Практичне заняття 4. Сутність та етапи проведення ситуаційного аналізу.

ЛЕКЦІЯ 7. Вплив на громадськість: сутність, форми (2 ГОД.)

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

ЛЕКЦІЯ 8. 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.

Практичне заняття 5. Організація та реалізація PR-кампанії національної мережі ресторанів.

ЛЕКЦІЯ 9. 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.

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

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III.

PR-тексти: характеристика, різновиди, технології створення

ЛЕКЦІЯ 10. Тексти для розповсюдження в ЗМІ: різновиди та технології написання (2 ГОД.)

Дефініція поняття «PR-текст». Класифікація PR-текстів. Характеристика прес-релізу, правила його написання. Анонс, новинний прес-реліз, бекграундер, факт-аркуш, офіційна заява: сутність, характеристика, специфіка створення.

Практичне заняття 7. Технології написання прес-релізу.

ЛЕКЦІЯ 11. Тексти для публікації в ЗМІ: специфіка, особливості створення (2 ГОД.)

Загальна характеристика текстів для публікації в ЗМІ. Особливості та правила написання фічера, кейс-історії (case-history), оглядово-аналітичної статті, інтерв'ю.

ЛЕКЦІЯ 12. Основи спічрайтингу (2 ГОД.)

Історія зародження спічрайтингу. Поняття про публічну промову. Бриф на створення публічної промови: сутність, призначення, компоненти. Етапи розробки, написання та проголошення публічної промови..

Практичне заняття 8. Технології створення публічної промови.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ IV.

Кризовий PR як перспективний напрям розвитку зв'язків з громадськістю

ЛЕКЦІЯ 13. Теорія криз (2 ГОД.)

Криза: сутність, типології, комунікаційні аспекти. Кризова комунікація як інструмент кризового менеджменту: сутність, фактори успішності, найбільш типові помилки.

ЛЕКЦІЯ 14. 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 зовнішньоконунікаційних стратегій кризового реагування. Характеристика посткризової діяльності PR-фахівців.

Практичне заняття 9. Кризовий план: розробка та написання.

ЛЕКЦІЯ 15. Антиманіпулятивні технології в діяльності PR-фахівців (2 ГОД.)

Маніпуляція як соціальний феномен: сутність, характеристика, ознаки. Комунікаційні аспекти маніпулятивних пасток. Поняття про антиманіпулятивні технології. Значення антиманіпулятивного захисту в діяльності PR-фахівців. Перелік основних антиманіпулятивних технологій.

ЛЕКЦІЯ 16. PR в конфліктах (2 ГОД.)

Визначення поняття «конфлікт». Класифікація конфліктів. Особливості технології управління конфліктами (conflict management, issues management). Алгоритм управління конфліктами PR-фахівцями.

ЛЕКЦІЯ 17. 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».

ЛЕКЦІЯ 18. Розвиток стресовитривалості PR-фахівців (2 ГОД.)

Комунікація і стреси. Стресовитривалість: поняття, характеристика. Ресурси стресовитривалості. Особливості асертивної поведінки сучасного PR-фахівця.

IV. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ»

Разом: 162 год., лекції – 36 год., практичні заняття – 18 год., індивідуальна робота – 10 год., модульний контроль – 9 год., самостійна робота – 89 год.

Таблиця 2

Модуль	Змістовий модуль I			
Назва модуля	Історично-етичні аспекти становлення PR			
К-сть балів за модуль	71			
Лекції	1	2	3	4
Теми лекцій	Тема 1. Вступ до курсу	Тема 2. Історичні етапи становлення та розвитку PR світі	Тема 3. Становлення та формування зв'язків із громадськістю в Україні	Тема 3. Професійно-етичні принципи та норми діяльності PR-фахівців
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал
Теми практичних занять (ПЗ)	Тема 1. Комунікативні компетенції PR-фахівців.			Тема 2. Етичні кодекси в галузі PR.
Відвідування ПЗ / робота ПЗ / виконання ДЗ	1 + 10 = 11 балів			1 + 10 = 11 балів
Самостійна робота	СР №1 5 балів	СР №2 5 балів	СР №3 5 балів	СР №2 5 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)			

Модуль	Змістовий модуль II				
Назва модуля	PR-діяльність				
К-сть балів за модуль	99				
Лекції	5	6	7	8	9
Теми лекцій	Тема 5. Організація роботи PR-структур: особливості, форми, їхні переваги та недоліки	Тема 6. Дослідницька діяльність PR-фахівців	Тема 7. Вплив на громадськість: сутність, форми	Тема 8. PR-кампанія: сутність, особливості розробки та реалізації	Тема 9. Організація проведення PR-заходів
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал
Теми практичних занять (ПЗ)	Тема 3. Прес-служба комерційної організації: особливості створення та функціонування.	Тема 4. Сутність та етапи проведення ситуаційного аналізу.		Тема 5. Організація та реалізація PR-кампанії національної мережі ресторанів.	Тема 6. Прес-тур як PR-захід.
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 №5 5 балів	СР №6 5 балів	СР №7 5 балів	СР №8 5 балів	СР №9 5 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 2 (25 балів)				

Модуль	Змістовий модуль III			
Назва модуля	PR-тексти: характеристика, різновиди, технології створення			
К-сть балів за модуль	65			
Лекції	10	11	12	
Теми лекцій	Тема 10. Тексти для розповсюдження в ЗМІ: різновиди та технології написання	Тема 11. Тексти для публікації в ЗМІ: специфіка, особливості створення	Тема 12. Основи спічрайтингу	
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал	
Теми практичних занять (ПЗ)	Тема 7. Технології написання прес-релізу.		Тема 8. Технології створення публічної промови.	
Відвідування ПЗ / робота ПЗ / виконання ДЗ	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)			
Модуль	Змістовий модуль IV			

Назва модуля	Кризовий PR як перспективний напрям розвитку зв'язків з громадськістю					
К-сть балів за модуль	72					
Лекції	13	14	15	16	17	18
Теми лекцій	Тема 13. Теорія криз	Тема 14. Кризовий PR: сутність, характеристик а етапів реалізації, алгоритм дій PR-фахівця	Тема 15. Антиманіпуляти вні технології в діяльності PR- фахівців	Тема 16. PR в конфліктах	Тема 17. Основи психоемоційної регуляції в діяльності PR- фахівців	Тема 18. Розвиток стресовитрива лості PR- фахівців
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал
Теми практичних занять (ПЗ)		Тема 9. Кризовий план: розробка та написання.				
Відвідування ПЗ / робота ПЗ / виконання ДЗ		1 + 10 = 11 балів				
Самостійна робота	СР № 13 5 балів	СР № 14 5 балів	СР № 15 5 балів	СР № 16 5 балів	СР № 17 5 балів	СР № 18 5 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 4 (25 балів)					

ВСЬОГО 307 КОЕФІЦІЄНТ 3

V. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль I.

Практичне заняття 1. Комунікативні компетенції PR-фахівців.

1. Охарактеризувати сутність та значення поняття «комунікативна компетенція».
2. Створити приклади застосування комунікативних технік активного слухання.
3. Підготувати приклади застосування комунікативної техніки Сократа.

Практичне заняття 2. Етичні кодекси в галузі PR.

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

Змістовий модуль II.

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

1. Представити структуру прес-служби.
2. Розробити функціональні обов'язки працівників прес-служби.
3. Прописати стратегію і тактику прес-служби.

Практичне заняття 4. Сутність та етапи проведення ситуаційного аналізу.

1. Розкрити головні етапи реалізації ситуаційного аналізу.
2. Провести ситуаційний аналіз комерційної організації.

3. Здійснити ситуаційний аналіз благодійного фонду.
4. Провести ситуаційний аналіз держструктури.

Практичне заняття 5. Організація та реалізація PR-кампанії національної мережі ресторанів органічної їжі.

1. Представити план PR-кампанії.
2. Розробити детальний алгоритм реалізації PR-кампанії.

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

1. Розробити концепцію прес-туру на газове родовище.
2. Написати сценарій для прес-туру для фармацевтичної компанії.

Змістовий модуль III.

Практичне заняття 7. Технології написання прес-релізу.

1. Написати прес-реліз за результатами прес-конференції.
2. Підготувати прес-реліз у формі спростування від імені організації, що потрапила у конфліктну ситуацію.

Практичне заняття 8. Технології створення публічної промови.

1. Розробити бриф для написання публічної промови.
2. Створити промову для першої особи на прес-конференцію із заданим фактажем.

Змістовий модуль IV.

Практичне заняття 9.

Кризовий план: розробка та написання.

1. Проаналізувати структуру та основні компоненти кризового плану для комерційної компанії.
2. Запропонувати проект кризового плану для PR-агентства.
3. Підготувати проект кризового плану для комерційного банку.
4. Написати проект кризового плану для страхової компанії.

VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Змістовий модуль I. Організаційно-комунікаційні аспекти рекламної та PR-діяльності – 21 год.

Тема 1. Вступ до курсу— 5 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»— 2 год.

Тема 2. Історичні етапи становлення та розвитку PR у світі — 5 год.

1. Охарактеризувати періодизацію формування американського PR — 1 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.

Тема 3. Становлення та формування зв'язків із громадськістю в Україні — 5 год.

1. Узагальнити проблеми вітчизняної сфери зв'язків з громадськістю — 1 год.
2. Охарактеризувати основних «гравців» вітчизняного PR-ринку — 2 год.
3. Скласти хронологічну таблицю основних подій становлення українського PR (90-ті рр. XX ст. – поч. XXI ст.) — 2 год.

Тема 4. Професійно-етичні принципи та норми діяльності PR-фахівців — 6 год.

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

Змістовий модуль II. – 24 год.**PR-діяльність**

Тема 5. 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.

Тема 6. Дослідницька діяльність PR-фахівців — 5 год.

1. Проаналізувати чотири моделі зв'язків з громадськістю — 2 год.
2. Вказати особливості стратегічного підходу до здійснення PR-діяльності — 3 год.

Тема 7. Вплив на громадськість: сутність, форми — 4 год.

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

Тема 8. 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 9. 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. PR-тексти: характеристика, різновиди, технології створення – 20 год.

Тема 10. Тексти для розповсюдження в ЗМІ: різновиди та технології написання — 6 год.

1. Визначити головні компоненти анонсу — 2 год.
2. Охарактеризувати структуру прес-релізу — 2 год.
3. Проаналізувати структуру спростування — 2 год.

Тема 11. Тексти для публікації в ЗМІ: специфіка, особливості створення — 6 год.

1. Сформулювати правила створення оглядово-аналітичної статті — 3 год.
2. Проаналізувати структурні компоненти інтерв'ю — 3 год.

Тема 12. Основи спічрайтингу — 8 год.

1. Проаналізувати етап підготовки плану публічної промови — 3 год.
2. Охарактеризувати композицію публічної промови — 2 год.
3. Сформулювати основні принципи проголошення публічної промови — 3 год.

Змістовий модуль IV. Кризовий PR як перспективний напрям розвитку зв'язків з громадськістю — 24 год.**Тема 13. Теорія криз — 4 год.**

1. Дати визначення поняттю «кризові комунікації» — 2 год.
2. Проаналізувати класифікацію криз — 2 год.

Тема 14. Кризовий PR: сутність, характеристика етапів реалізації, алгоритм дій PR-фахівця — 4 год.

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

Тема 15. Антиманіпулятивні технології в діяльності PR-фахівців — 4 год.

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

Тема 16. PR в конфліктах — 4 год.

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

Тема 17. Основи психоемоційної регуляції в діяльності PR-фахівців — 4 год.

1. Дослідити роль емоційного інтелекту в професійній діяльності PR-фахівців – 2 год.
2. Проаналізувати комунікаційні техніки психоемоційної регуляції — 2 год.

Тема 18. Розвиток стресовитривалості PR-фахівців — 4 год.

1. Охарактеризувати поняття «стрес» — 2 год.
2. Проаналізувати шляхи вдосконалення стресовитривалості сучасних PR-фахівців — 2 год.

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

Таблиця 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. Вступ до курсу (5 год.)	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5	I
Тема 2. Історичні етапи становлення та розвитку PR у світі (5 год.)	Модульний контроль, залік	5	II
Тема 3. Становлення та формування зв'язків із громадськістю в Україні (5 год.)	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	III
Тема 4. Професійно-етичні принципи та норми діяльності PR-фахівців (6 год.)	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5	IV
Змістовий модуль II. PR-діяльність			
Тема 5. Організація роботи PR-структур: особливості, форми, їхні переваги та недоліки (5 год.)	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5	V
Тема 6. Дослідницька діяльність PR-фахівців (5 год.)	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5	VI
Тема 7. Вплив на громадськість: сутність, форми (4 год.)	Модульний контроль, залік	5	VII
Тема 8. PR-кампанія: сутність, особливості розробки та реалізації (5 год.)	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5	VIII
Тема 9. Організація та проведення PR-заходів (5 год.)	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5	IX

Змістовий модуль III.**PR-тексти: характеристика, різновиди, технології створення**

Тема 10. Тексти для розповсюдження в ЗМІ: різновиди та технології написання (6 год.)	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5	X
Тема 11. Тексти для публікації в ЗМІ: специфіка, особливості створення (6 год.)	Модульний контроль, залік	5	XI
Тема 12. Основи спічрайтингу (8 год.)	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5	XII

Змістовий модуль IV.**Кризовий PR як перспективний напрям розвитку зв'язків з громадськістю**

Тема 13. Теорія криз (4 год.)	Модульний контроль, залік	5	XIII
Тема 14. Кризовий PR: сутність, характеристика етапів реалізації, алгоритм дій PR-фахівця (4 год.)	Практичне заняття, модульний контроль, залік	5	XIV
Тема 15. Антиманіпулятивні технології в діяльності PR-фахівців (4 год.)	Модульний контроль, залік	5	XVI
Тема 16. PR в конфліктах (4 год.)	Модульний контроль, залік	5	XVII
Тема 17. Основи психоемоційної регуляції в діяльності PR-фахівців (4 год.)	Модульний контроль, залік	5	XVIII
Тема 18. Розвиток стресовитривалості PR-фахівців (4 год.)	Модульний контроль, залік	5	XIX
<i>Разом: 89 год.</i>			<i>Разом: 90 балів</i>

VII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

1. Навчальні досягнення студентів із дисципліни "Паблік рилейшнз" 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	18	18
2	Виконання завдання з самостійної роботи (домашнього завдання)	5	18	90
3	Робота та присутність на практичному занятті	10+1	9	99
5	Модульна контрольна робота	25	4	100
максимальна кількість балів 307				

Розрахунок: $307:100=3$

Студент набрав: 280

Оцінка: $280:3=93$ (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

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

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	<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, дослідницьк
	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

ІХ. 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. Бочаров М.П. История публич рилейшнз: нравы, бизнес, наука. – М.: «РИП-холдинг», 2007. – 184 с.
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR. – СПб.: Питер, 2006. – 368 с.
3. Гусак О.П. Кризовий менеджмент як напрям зв'язків з громадськістю / Гусак О.П. // Інформаційне суспільство . – 2012. Вип. 15.- С. 22-24.
4. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита.— М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. — 344 с.
5. Кочеткова А.В. Современная прес-служба / А. В. Кочеткова, А. С. Тарасов. – М., 2009. – 252 с.
6. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик Рилейшнз. Теория и практика: Учеб.пособие; Пер. с англ. - 8-е изд. - М.: Вильямс, 2000. – 624 с.
7. Тихомирова Є. Б., Постоловський С.Р. Конфліктологія та теорія переговорів. Підручник. – Рівне: Перспектива, 2007. – 389 с.
8. Файншмидт Е. А. Антикризисный PR : учеб. пособ. / Е. А. Файншмидт, Т. В. Юрьева, Б. В. Кузнецов. – М. : 2008. – 51 с.
9. Чумиков А.Н. Кейсы и деловые игры по связям с общественностью: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2010. – 152 с
10. 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 публич рилейшнз. - 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.