



## Силабус курсу

### ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Галузь знань: **06 «Журналістика»**

Спеціальність: **061 «Журналістика»**

Ступінь вищої освіти: **перший (бакалаврський)**

Освітньо-професійна програма: **«Правова журналістика»**

Рік навчання: **III**

семестр: **VI**

Кількість кредитів: **4**

мова викладання: **українська**

#### **КЕРІВНИК КУРСУ**

**ППП:**

к. н. із соц. ком, викл. *Комінярська Людмила Анатоліївна*

**Контактна інформація:** [lpstkalec@ukr.net](mailto:lpstkalec@ukr.net) +380966909385

#### **ОПИС ДИСЦИПЛІНИ**

Курс «Зв'язки з громадськістю» призначений для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів за галуззю знань 06 «Журналістика».

«Зв'язки з громадськістю» – творча навчальна дисципліна, яка передбачає поглиблене вивчення специфіки роботи у різних видах комунікацій. **Метою** дисципліни є формування комплексного уявлення про сутність паблік рілейшнз (PR), про роль і вплив PR на соціальні, політичні процеси в державі; сприяти оволодінню студентами психологічними, етичними, комунікаційними методами створення іміджу. Вивчення дисципліни «Public relations» допоможе студентам сформуванню цілісної системи компетентностей щодо формування основних напрямків PR-діяльності (формування іміджу, організація спеціальних подій, лобіювання, управління у кризових умовах, відносини зі ЗМІ).

##### **2.2. Завдання вивчення дисципліни:**

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- розкриття історичного генезису та еволюції паблік рілейшнз (PR);
- ознайомлення із змістом поняття «PR», його місцем в межах комунікації та особливостях використання в повсякденному житті;
- визначення сутності паблік рілейшнз та її значущості у викладанні соціогуманітарних дисциплін;
- ознайомлення з сучасним баченням «PR» як соціального явища;
- розкриття сутності маніпуляції в політичному та рекламному PR;
- пояснення місця і ролі основних функцій паблік рілейшнз (PR) в соціальному житті суспільства;

- ознайомлення та використання PR-технологій та PR-реклами в сучасних соціокультурних умовах українського суспільства.

**Предметом** навчальної дисципліни «Зв'язки з громадськістю» є специфіка, функції, значення, особливості ведення комунікацій у сучасних соціокультурних умовах.

**2.3. Назва та опис компетентностей, формування яких забезпечує вивчення дисципліни «Зв'язки з громадськістю».**

Здатність визначати психологічну сутність діяльності Public relations;

Здатність до визначення основних задач діяльності підрозділу (відділу) Public relations в організаціях;

Здатність застосовувати психологічні функції управління Public relations.

**2.4. Передумови для вивчення дисципліни**

Курс «Зв'язки з громадськістю» має органічні зв'язки з навчальними предметами гуманітарного циклу, базується на дисциплінах «Теорія масової комунікації», «Основи журналістики» і «Теорія і практика журналістської діяльності».

Багатоплановість і складність проблем цього курсу зумовлює звернення до різних джерел інформації. Окремі питання цієї дисципліни знаходять своє віддзеркалення в навчальних посібниках, монографіях, укладених фахівцями різних галузей знань: соціальних комунікацій, психології, етики, історії, документознавства, а також інших суміжних дисциплін.

Професійна комунікативна компетенція передбачає насамперед наявність професійних знань, загальної гуманітарної культури, а також умінь долати психологічні «фільтри», розбивати психологічні «щити», чітко орієнтуватися в умовах соціальних комунікацій. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні знати сутність феномену Public relations, розуміти місце і роль PR в соціальному житті суспільства; вміти використовувати методики системного та аналітичного мислення, комунікативних якостей; а також вміти використовувати методи впливу на громадськість: вербальні та невербальні засоби комунікації; приймати рішення і вміти вести цивілізовану дискусію.

**2.5. Результати навчання:**

- Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.
- Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту.
- Здатність формувати інформаційний продукт, здатність ефективно просувати створений медійний продукт і керуватися принципами інформаційної безпеки.
- Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.
- Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.
- Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.
- Здатність організовувати та контролювати командну професійну діяльність.
- Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.
- Вміння вирішувати конфліктні ситуації, працювати в команді, управляти своїм часом, розуміти важливість дедлайнів, здатність логічно і системно мислити, креативність.

- Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.
- Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.
- Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.
- Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

### *СТРУКТУРА КУРСУ*

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2 / 2	1. Сутність, зміст та принципи PR. Функції, категорії PR	Знати знати сутність феномену паблік рілейшнз (PR), розуміти місце і роль, функції PR в соціальному житті суспільства.	поточне опитув.
2 / 2	2. Історія розвитку паблік рілейшнз (PR)	Знати історію розвитку паблік рілейшнз (PR) в Україні та світі.	поточне опитув.
2 / 2	3. Роль зв'язків з громадськістю в сучасному світі	Вміти використовувати методики системного та аналітичного мислення, комунікативних якостей; а також вміти використовувати методи впливу на громадськість: вербальні та невербальні засоби комунікації; оволодіють здібностями приймати рішення і вміння вести цивілізовану дискусію.	поточне опитув.
2 / 2	4. Виникнення і розвиток PR як сфери професійної діяльності	Знати умови виникнення і розвиток PR як сфери професійної діяльності. Розуміти соціально-економічні умови функціонування паблік рілейшнз.	поточне опитув.
2 / 2	5. Організаційно-психологічні передумови ефективності PR	Знати методи здійснення досліджень та збирання інформації службами зв'язків з громадськістю; методику та практику роботи з основними групами громадськості з використанням різних інструментів комунікації.	поточне опитув.
2 / 2	6. PR у формуванні іміджу фірми (організації), керівника. Імідж – ключ до успіху	Знати особливості формування іміджу як складової паблік рілейшнз; методи створення іміджу; об'єкти створення іміджу; функції іміджу.	поточне опитув.

		Розуміти особливості розбудови та реалізації іміджу.	
2 / 2	7. Використання PR у лобістських цілях	Знати міжнародний досвід лобістської діяльності та PR; проблеми інституціоналізації лобістської практики в Україні; сутність та правові основи лобіювання.	поточне опитув.
4 / 2	8. PR-діяльність в Україні	Аналізувати розвиток PR в Україні; внутрішні та зовнішні умови звернення до паблік релейшнз як до професійної діяльності в Україні.	поточне опитув.
4 / 2	9. Засоби реалізації в паблік релейшнз (PR)	Розуміти рекламу як засіб PR; засоби управління і маніпулювання; знати особливості паблісіті, пропаганди, прес-посередництва, громадської діяльності, маркетингу, мерчандайзингу як засобів реалізації паблік релейшнз.	поточне опитув.
4 / 2	10. Кризові зв'язки з громадськістю: правила, механізми, особливості співпраці зі ЗМІ	Знати типологію криз; управління організації з метою запобігання кризовим ситуаціям; принципи функціонування організації у кризовій ситуації; маніпулювання громадською думкою з використанням ЗМІ.	поточне опитув.
4 / 2	11. Промови, їх написання та виголошення	Знати основні типи промов; композицію та стилістику промови; промови в парламенті, на мітингу тощо. публічні виступи як засіб комунікації.	поточне опитув.
4 / 2	12. Особливості роботи спічрайтерів у структурі відділу зв'язків з громадськістю	Аналізувати вплив на громадськість як важливий напрямок діяльності паблік релейшнз. Знати роботу спічрайтерів та її	поточне опитув.

		особливості.	
4/ 2	13. Методи впливу на громадськість: вербальні та невербальні комунікації. Контент-аналіз	Розуміти поняття вербальних комунікацій, їх основні характеристики та типологію; проблеми використання гумору; виділення головної ідеї та її аргументація.	поточне опитув.
4/ 2	14. PR-кампанія. Аналіз успішних PR-кампаній	Знати типи PR-кампаній: повідомлення громадськості, підвищення громадської інформованості, громадського навчання, посилення позиції і поведінки, зміна думки, зміна поведінки. Розуміти планування кампанії, установлення цілей, графіків бюджетів, розробка стратегії, планування непередбачуваних ситуацій, розробка внутрішньої стратегії.	поточне опитув.

### РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Дерев'янюк І.П. Гібридна війна як різновид асиметричних дій. Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. 2023. № 11. С. 6–16.
2. Зеліч В. В. Використання PR-технологій як інструменту маркетингових комунікацій у просуванні компанії. Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. - 2022. - № 1. - С. 77-82.
3. Кобець, Д. Л., Слободян, Н. Я., Дербеньова, Я. В., & Зеліч, В. В. (2023). Теоретико-методологічні засади розробки маркетингової стратегії підприємства (український досвід). Академічні візії, (15).
4. Кобець Т. Основні підходи до розуміння поняття «когнітивна безпека» в сучасній науці: політичний та інформаційний аспекти. Вісник Львівського університету. Серія «Філософсько-політологічні студії». 2023. Вип. 49. С. 278–285.
5. Lytvynenko J. I Can't Stop Watching a Livestream of Kyiv. The Atlantic. 2022. URL: <https://www.theatlantic.com/author/jane-lytvynenko/>.
6. Смірнова К.В. PR менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 192 с.
7. Разумов Д. Зв'язки з громадськістю (Паблік рілейшнз). URL: <https://aboutmarketing.info/internet-marketynh/pr/pablik-rileyshnz/> (дата звернення 10.08.2024)

8. Bilal A. Hybrid Warfare – New Threats, Complexity, and «Trust» as the Antidote. Official site of NATO. 2021.
9. Complete Ukrainian. John Murray Publisher, 2020. 320 p. (Teach Yourself).
10. Nedashkivska Alla. Ukrainian for Professional communication: a web based textbook for developing business and professional communication skills in Ukrainian. URL: <https://businessukrainian.com/>.

### **Електронні ресурси:**

1. Класифікація нормативних документів України. URL: <http://document.ua/nopage.html>
2. Національна парламентська бібліотека України. URL: <http://www.lib.rada.gov.ua>
3. Сайт Українського мовно-інформаційного фонду. URL: <http://www.ulif.org.ua>

### **Інформаційні ресурси**

1. [www.rozum.org.ua](http://www.rozum.org.ua)
2. [www.nbu.gov.ua](http://www.nbu.gov.ua)
3. [www.uk.wikipedia.org](http://www.uk.wikipedia.org)

### **Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання**

У процесі вивчення дисципліни використовуються методи оцінювання навчальної роботи студента:

- поточне оцінювання;
- презентації результатів виконання завдань та досліджень;
- підсумкове оцінювання по кожному змістовному модулю;
- оцінювання виконання самостійної роботи;
- оцінювання виконання тренінгу;
- екзамен.

### **Критерії, форми поточного та підсумкового контролю**

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисциплін визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту.

Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	Модуль 4	Модуль 5
10%	10%	10%	10%	5%	15%	40%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Поточне оцінювання	Модульний контроль 2	Тренінг	Самостійна робота	Екзамен
Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих на практичних заняттях (кожен здобувач має отримати не менше 5 оцінок)	Оцінюється підсумкова робота, яка охоплює теми 1-8	Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих на практичних заняттях (кожен здобувач має отримати не менше 3 оцінок)	Оцінюється підсумкова робота, яка охоплює теми 9-14	Визначається як оцінка, отримана за виконання завдання під час тренінгу.	Оцінюється самостійна робота.	Теоретичні питання (4 питання) – по 25 балів макс. 100 балів.

За шкалою Університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	відмінно	A (відмінно)
85-89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

**Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна**

№ п/п	Найменування	Номер теми
1	Прикладне програмне забезпечення загального призначення (засоби Microsoft Office)	1-14
2	Ноутбук, проектор, екран	1-14