

ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ СУСПІЛЬНИХ НАУК  
Кафедра політології і державного управління



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан факультету суспільних наук

/Остапець Ю.О./

серпень 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Галузь знань	28 Публічне управління та адміністрування
Спеціальність	281 Публічне управління та адміністрування
Освітня програма	Державна служба
Статус дисципліни	вибіркова
Мова навчання	українська

Ужгород 2022

Робоча програма навчальної дисципліни «Зв'язки з громадськістю» для здобувачів вищої освіти галузі знань **28 Управління та адміністрування**, спеціальності **281 Публічне управління та адміністрування**, освітньої програми «Державна служба».

**Розробник:** *Асланов Стеллас Антипович*, професор, доктор політичних наук, професор кафедри політології і державного управління ФСН.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри політології і державного управління

протокол № 13 від «16» червня 2022 р.

Завідувач кафедри  Ключкович А.Ю.

Схвалено науково-методичною комісією факультету суспільних наук

протокол № 08 від «07» червня 2022 р.

Голова науково-методичної комісії  Попадич О.О.

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 4	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 120	<b>1-ий</b>	<b>1-ий</b>
Кількість модулів – 1	Семестр:	
Тижневих годин: для денної форми навчання: 2,5 аудиторних – 40 заочної форми навчання-12 самостійної роботи студента – 80	<b>2-ий</b>	<b>2-ий</b>
	Лекції:	
	<b>22</b>	<b>10</b>
	Практичні (семінарські):	
	<b>18</b>	2
Вид підсумкового контролю: залік	Лабораторні:	
	-	-
Форма підсумкового контролю: усна	Самостійна робота:	
	<b>80</b>	<b>108</b>

## 2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення навчальної дисципліни «Зв'язки з громадськістю» є ознайомлення студентів із основами публік рілейшнз, суттю та принципами ПР-діяльності, навичками створювати інформаційні бази даних та працювати з ними, готувати ПР-тести, складати прес-релізи, формувати інформаційні запити

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких *компетентностей*:

### 1) загальних компетентностей:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК-01);
- здатність удосконалювати й розвивати професійний, інтелектуальний і культурний рівні (ЗК-04);
- здатність приймати обґрунтовані рішення та використовувати сучасні комунікаційні технології (ЗК-05);
- здатність генерувати нові ідеї (креативність) (ЗК-07);
- здатність до сприйняття змін, адаптації до нової ситуації та готовності приймати нестандартні рішення (ЗК-08).

### 2) спеціальних компетентностей:

- здатність організовувати діяльність органів публічного управління та інших організацій публічної сфери (СК-02);
- здатність визначати показники сталого розвитку на вищому, центральному, регіональному, місцевому та організаційному рівнях (СК-04);
- здатність представляти органи публічного управління у відносинах з іншими державними органами та органами місцевого самоврядування, громадськими об'єднаннями, підприємствами, установами і організаціями незалежно від форм власності, громадянами та налагоджувати ефективні комунікації з ними (СК-05);
- здатність розробляти стратегічні документи розвитку соціально-економічних систем на вищому, центральному, регіональному, місцевому та організаційному рівнях (СК-08).

Крім того, вивчення вказаної вибіркової навчальної дисципліни дозволить здобувачу вищої освіти у подальшому орієнтуватися в проблематиці отримання знань з проблем теорії комунікації, особливостей комунікаційної системи українського суспільства, комунікацій із громадськістю, вивчення методів здійснення досліджень та збирання інформації службами зв'язків із громадськістю, знайомство з методикою та практикою роботи з основними групами громадськості та використанням різних інструментів комунікації, оволодіння навичками практичної роботи в галузі публік рілейшнз, зокрема, проведення досліджень громадської думки, вивчення документальних джерел, проведення брифінгів, прес-конференцій, виступів у пресі та проведення компаній у засобах масової інформації, використання спеціальних форм публік рілейшнз (прийомів, презентацій, виставок тощо).

### 3. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми «Державна служба», вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

<b>Програмні результати навчання</b>	<b>Шифр ПРН</b>
Знати теоретичні та прикладні засади вироблення й аналізу публічної політики, основ та технологій прийняття управлінських рішень.	<b>ПРН-1</b>
Розв'язувати складні задачі публічного управління та адміністрування, враховуючи вимоги законодавства, виявляти правові колізії й проблеми, розробляти проекти нормативно-правових актів для їх усунення.	<b>ПРН-2</b>
Використовувати сучасні статистичні методи, моделі, цифрові технології, спеціалізоване програмне забезпечення для розв'язання складних задач публічного управління та адміністрування.	<b>ПРН-4</b>
Здійснювати ефективне управління інноваціями, ресурсами, ризиками, проектами, змінами, якістю, застосовувати сучасні моделі, підходи й технології, міжнародний досвід при проектуванні та реорганізації управлінських і загально- організаційних структур.	<b>ПРН-6</b>
Уміти здійснювати ефективну комунікацію, аргументувати свою позицію, використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології у сфері публічного управління та адміністрування на засадах соціальної відповідальності, правових і етичних норм.	<b>ПРН-8</b>
Розробляти обґрунтовані управлінські рішення з урахуванням питань європейської та євроатлантичної інтеграції, враховувати цілі, наявні законодавчі, часові та ресурсні обмеження, оцінювати політичні, соціальні, економічні й екологічні наслідки варіантів рішень.	<b>ПРН-15</b>

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни «Зв'язки з громадськістю»:

<b>Очікувані результати навчання з дисципліни</b>	<b>Шифр ПРН</b>
Уміння формувати теоретичні та прикладні засади вироблення й аналізу публічної політики, основ та технологій прийняття управлінських рішень.	<b>ПРН-1</b>
Уміння розв'язувати складні задачі публічного управління та адміністрування, враховуючи вимоги національного законодавства, виявляти правові колізії й проблеми, розробляти проекти нормативно-правових актів для їх усунення.	<b>ПРН-2</b>
Уміння використовувати сучасні статистичні методи, моделі, цифрові технології, використовувати спеціалізоване програмне забезпечення для розв'язання складних задач публічного управління та адміністрування.	<b>ПРН-4</b>
Володіння навиками для здійснення ефективного управління інноваціями, ресурсами, ризиками, проектами, змінами, якістю, уміти застосовувати сучасні моделі, підходи й технології, міжнародний досвід при проектуванні та реорганізації управлінських і загально-організаційних структур.	<b>ПРН-6</b>
Уміння здійснювати ефективну комунікацію, аргументувати свою позицію, ефективно використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології у сфері публічного управління та адміністрування на засадах соціальної відповідальності, правових і етичних норм.	<b>ПРН-8</b>
Уміння розробляти обґрунтовані управлінські рішення з урахуванням питань європейської та євроатлантичної інтеграції, враховувати цілі, наявні законодавчі, часові та ресурсні обмеження, оцінювати політичні, соціальні, економічні й екологічні наслідки варіантів рішень.	<b>ПРН-15</b>

#### 4. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

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

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є:

- залік;
- аналітичне есе;
- аналітичний реферат;
- презентація результатів виконаної індивідуальної роботи студента.

##### Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

*Форми поточного контролю:* виступ на семінарських заняттях, написання аналітичного есе.

*Форма модульного контролю:* письмова контрольна робота.

*Форма підсумкового семестрового контролю:* усний залік.

##### Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 1)

Поточне оцінювання та самостійна робота					Модульна контрольна робота	Сума
T1	T2	T3	T4	T5,6,7,8,9	50	100
6	6 + 10	6	6	6 + 10		

##### Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні (семінарські) заняття	9	30
Письмове тестування при тематичному оцінюванні	1	10
Есе	1	10
Реферат (аналітичне завдання)		
Модульна контрольна робота	1	50
Разом		100

##### Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Мінімальний поріг для допуску до модульної контрольної роботи становить 10 балів. Модульна контрольна робота складається з трьох запитань описово-аналітичного характеру.

Перше запитання покликане оцінити знання з тематичної проблематики відповідного модулю, яка надавалася на лекціях і обговорювалася на семінарських заняттях. Залежно від обсягу, послідовності викладу і орієнтуванні у тематичному матеріалі, перше запитання модульної контрольної роботи максимально може бути оцінене у 10 балів.

Друге запитання має на меті оцінити розуміння основних тенденцій розвитку сучасних регіональних партій, рухів і груп впливу у конкретних країнах Західної та Центрально-Східної Європи та в Україні. Залежно від послідовності викладу і орієнтуванні у тематичному матеріалі, друге запитання модульної контрольної роботи максимально може бути оцінене у 15 балів.

Третє питання модульної контрольної роботи має творчо-аналітичний характер. Залежно від обґрунтованості аргументів і суб'єктивних висновків студента з визначеної проблематики, третє запитання модульної контрольної роботи максимально може бути оцінене у 25 балів.

### **Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю**

Відповідно до «*Положення про порядок та методик проведення семестрових (курсівих) екзаменів і заліків в Ужгородському національному університеті*» (затверджено Наказом Ректора ДВНЗ «УжНУ» № 698/01-17 від 08.05.2015 р.), знання студентів оцінюється як з теоретичної, так і з практичної підготовки за такими критеріями:

#### **оцінку «відмінно» (90-100 балів, А) – заслуговує студент, який:**

- всебічно і глибоко володіє навчально-програмовим матеріалом;
- вміє самостійно виконувати завдання, передбачені програмою, використовує набуті знання і вміння у нестандартних ситуаціях;
- засвоїв основну і ознайомлений з додатковою літературою, яка рекомендована програмою;
- засвоїв взаємозв'язок основних понять дисципліни та усвідомлює їх значення для професії, яку він набуває;
- вільно висловлює власні думки, самостійно оцінює різноманітні життєві явища і факти, виявляючи особистісну позицію;
- самостійно визначає окремі цілі власної навчальної діяльності, виявив творчі здібності і використовує їх при вивченні навчально-програмового матеріалу, проявив нахил до наукової роботи.

#### **оцінку «добре» (82-89 балів, В) – заслуговує студент, який:**

- повністю опанував і вільно (самостійно) володіє навчально-програмовим матеріалом, в тому числі застосовує його на практиці, має системні знання в достатньому обсязі відповідно до навчально-програмового матеріалу, аргументовано використовує їх у різних ситуаціях;
- має здатність до самостійного пошуку інформації, а також до аналізу, постановки і розв'язування проблем професійного спрямування;
- під час відповіді допустив деякі неточності, які самостійно виправив, добирає переконливі аргументи на підтвердження вивченого матеріалу;

#### **оцінку «добре» (74-81 бал, С) – заслуговує студент, який:**

- в цілому навчальну програму засвоїв, але відповідає на екзамені з певною кількістю помилок;
- вміє порівнювати, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, в цілому самостійно застосовувати на практиці, контролювати власну діяльність;
- опанував навчально-програмовий матеріал, успішно виконав завдання, передбачені програмою, засвоїв основну літературу, яка рекомендована програмою;

#### **оцінку «задовільно» (64-73 бали, D) – заслуговує студент, який:**

- знає основний навчально-програмовий матеріал в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії;
- виконує завдання непогано, але зі значною кількістю помилок;
- ознайомлений з основною літературою, яка рекомендована програмою;
- допускає на заняттях чи екзамені помилки при виконанні завдань, але під керівництвом викладача знаходить шляхи їх усунення.

#### **оцінку «задовільно» (60-63 бали, E) – заслуговує студент, який:**

- володіє основним навчально-програмовим матеріалом в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії, а виконання завдань задовольняє мінімальні критерії. Знання мають репродуктивний характер.

#### **оцінка «незадовільно» (35-59 балів, FX) – виставляється студенту, який:**

- виявив суттєві прогалини в знаннях основного програмового матеріалу, допустив принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань.

**оцінка «незадовільно» (35 балів, F) – виставляється студенту заочної форми навчання, який:**

- володіє навчальним матеріалом тільки на рівні елементарного розпізнавання і відтворення окремих фактів або не володіє зовсім;
- допускає грубі помилки при виконанні завдань, передбачених програмою;

- не може продовжувати навчання і не готовий до професійної діяльності після закінчення університету без повторного вивчення даної дисципліни.

При виставленні оцінки враховуються результати навчальної роботи студента протягом семестру.

**Таблиця відповідності оцінок за різними шкалами**

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		диференційована	недиференційована
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	Незараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Незараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## 5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### 5.1. Зміст навчальної дисципліни

#### МОДУЛЬ 1

##### **Тема 1. Вступ до навчального курсу.**

Паблік рілейшнз або зв'язки з громадськістю як навчальна дисципліна. Основна мета та завдання курсу, його зв'язок з іншими навчальними дисциплінами та курсами.

Характеристика навчальної та навчально-методичної літератури. Організація вивчення курсу зв'язків з громадськістю: програма, форми навчальної діяльності, форми організації контролю й оцінки знань та вмінь студентів.

##### **Тема 2. Теорія комунікації – наукова основа зв'язків з громадськістю як галузі знання та сфери професійної діяльності.**

Поняття “суспільні відносини”. Різновиди суспільних відносин та їх специфіка. Суспільні відносини та комунікація, їх взаємодія. Поняття комунікації та соціальної комунікації в сучасній науці, специфіка людської комунікації. Чотири комунікаційні революції в історії людства та їх значення для існування та розвитку суспільства.

Структура соціальної комунікації. Комунікатор та реципієнт і проблема взаємодії. Типи позиції комунікатора та його можливі функції. Процес кодування та декодування. Повідомлення. Основні комунікаційні канали. Комунікативні дискурси.

Моделі соціальної комунікації: лінійна, інтеракціоністська, системна, їх особливості та специфічні риси.

Етапи соціальної комунікації. Поняття зворотного зв'язку в теорії комунікації. Комунікаційні бар'єри: технічні, психофізіологічні, соматичні, психологічні, соціальні та культурні. Проблема соціальних фільтрів.

Проблеми типологізації соціальної комунікації. Різновиди соціальної комунікації. Горизонтальні та вертикальні, зовнішні та внутрішні комунікації. Комунікації на основі природних, штучних та змішаних комунікативних систем. Аудитивна, візуальна, аудитивно-візуальна та тактильна комунікації. Безпосередня, технічно та соціально опосередковані комунікації. Вербальні, невербальні та синтетичні комунікації. Аксіальна та ретіальна комунікації. Усні, писемні та змішані комунікації. Автокомунікація, міжособова, групова та масова комунікації: моделі, особливості та характерні риси.

Масова комунікація: поняття, характерні ознаки, особливості та умови функціонування. Масова комунікація в сучасному суспільстві.

##### **Тема 3. Історія виникнення та розвитку паблік рілейшнз.**

Особливості зв'язків з громадськістю в давній історії людства. Основні елементи майбутньої системи паблік рілейшнз в історії суспільства. Вивчення громадської думки та її врахування при прийнятті рішень, формування громадської думки. Мистецтво риторики. Видатні оратори Давньої Греції та Давнього Риму. Перші газети як протоісторія сучасних засобів масової інформації. Практика послань та звернень до народу, просвітництва.

Початки системи зв'язків з громадськістю в історії українського суспільства.

Перші спроби створення організаційних структур для здійснення систематичних зв'язків з громадськістю.

Передумови виникнення системи зв'язків з громадськістю. Основні етапи виникнення та розвитку паблік рілейшнз як науки та сфери практично-прикладної діяльності. Особливості окремих етапів та їх характерні риси.

Сучасний стан системи зв'язків з громадськістю за кордоном та в Україні. Зв'язки з громадськістю в умовах воєнного стану.

#### **Тема 4. Об'єкт та предмет зв'язків з громадськістю як галузі наукового знання.**

Об'єктивна реальність як об'єкт науки. Об'єкт соціальних наук. Суспільні відносини та соціальні комунікації – об'єкт зв'язків з громадськістю як галузі наукового знання.

Поняття “предмет науки”. Комунікація організацій та установ з громадськістю як предмет даної галузі наукового знання.

Визначення паблік рілейшнз. Їх особливості, спільне та відмінне. Зв'язки з громадськістю як наука, політика, функція управління, сфера практичної діяльності, мистецтво досягнення гармонії інтересів. “Традиційна” та “авангардна” концепції паблік рілейшнз, їх сутність, спільне та відмінне.

Зв'язки з громадськістю в системі наук: комунікативістика, соціологія, психологія та соціальна психологія, політологія, журналістика тощо. Спільне та відмінне зв'язків з громадськістю з іншими науками. Статус наукової галузі зв'язків з громадськістю в Україні.

Галузі застосування паблік рілейшнз. Місце паблік рілейшнз у системі соціального управління. Зв'язки з громадськістю та маркетинг. Паблік рілейшнз та реклама. Паблік рілейшнз та пропаганда.

Проблеми підготовки спеціалістів з паблік рілейшнз: минуле та сьогоденне. Вимоги до освіти.

#### **Тема 5. Паблік рілейшнз як сфера професійної діяльності.**

Мета та основні завдання системи зв'язків з громадськістю як практично прикладної сфери діяльності.

Два головні напрями діяльності служб паблік рілейшнз. Основні функції працівників системи зв'язків з громадськістю: функції збирання та аналізу інформації, розповсюдження необхідної інформації, забезпечення циклічності діяльності системи паблік рілейшнз. Якісні рівні PR-роботи та її ознаки.

Кампанія з паблік рілейшнз та її складові. Визначення проблеми, планування та програмування, дія та комунікація. Оцінка програми.

Елементарні операції паблік рілейшнз: приєднання, дистанціювання, зміна відносин. Маркетингові стратегії в системі зв'язків з громадськістю: сегментація, позиціонування, відстройка тощо.

Норми та принципи діяльності працівників системи зв'язків з громадськістю. Професійні та особистісні вимоги, що висуваються до працівників паблік рілейшнз в повсякденній діяльності, а також в умовах воєнного стану та надзвичайних ситуацій..

#### **Тема 6. Громадськість як об'єкт та суб'єкт комунікації.**

Середовище комунікації організації з громадськістю, його основні складові й параметри. Макро- та мікросередовище. Зовнішнє середовище та його параметри. Внутрішнє середовище та його параметри.

Громадськість як об'єкт та суб'єкт комунікації. Поняття “громадськість”. Типологія груп громадськості. Зовнішня та внутрішня громадськість. Типи громадськості за характером комунікативної поведінки. Цільові групи громадськості, їх особливості та проблеми визначення. Поняття пріоритетних груп громадськості. Поняття “громадськість” та “аудиторія”, спільне та відмінне. Якісна та кількісна характеристики аудиторії. Різновиди аудиторії.

Сегментація ринку споживачів. Об'єктивні та суб'єктивні критерії сегментації громадськості. Кореляція та кореляційний зв'язок. Технологія сегментації громадськості. Метод групування.

#### **Тема 7. Організація діяльності системи зв'язків з громадськістю.**

Місце служби зв'язків з громадськістю у структурі комунікаційного процесу. Чотири етапи комунікаційної діяльності. Основні організаційні форми роботи паблік рілейшнз.

Місце власної служби зв'язків з громадськістю в структурі організації чи установи. Можливі варіанти підпорядкування служби ПР, їх недоліки та переваги. Структура та

кількісний склад підрозділів зв'язків з громадськістю. Централізовані та децентралізовані комунікації з громадськістю. Типові завдання служб зв'язків з громадськістю в роботі з керівниками фірми, конкурентами, партнерами, клієнтами, пресою та персоналом організації.

Консультативна форма діяльності системи зв'язків з громадськістю. Переваги та недоліки зовнішнього консультування. Можливості використання зовнішнього консультування організаціями та установами.

Змішана форма роботи ПР.

Етика і право в ПР. Правові основи функціонування системи зв'язків з громадськістю. Поняття соціальної відповідальності перед громадськістю. Соціальна відповідальність організації. Етичні норми зв'язків з громадськістю.

## **Тема 8. Методи впливу на громадськість. Вербальні комунікації в системі зв'язків з громадськістю.**

Вплив на громадськість як один з основних напрямків діяльності служб паблік рілейшнз. Критерії класифікації методів впливу на громадськість. Комплексні методи паблік рілейшнз.

Поняття “вербальні комунікації”. Практичне значення вербальних комунікацій в системі зв'язків з громадськістю та їх основні функції. Види мовної діяльності та їх особливості. Мова як соціальне явище. Проблема культури мовлення, вміння говорити та слухати. Мова і комунікації.

Типологія вербальних комунікацій. Усна мова, її характерні риси та різновиди. Особливості різних видів усної комунікації. Монолог та діалог в комунікаціях з громадськістю. Класифікація діалогів. Переговори та їх місце в системі комунікацій. Слухання як аспект усних вербальних комунікацій. Проблема ефективного слухання.

Писемні комунікації та їх особливості. Читання як вид вербальної комунікації. Різновиди читання. Проблема згортання інформації.

Правила складання текстових матеріалів. Різновиди текстів та матеріалів, що використовуються в комунікаціях з громадськістю, їх специфіка.

## **Тема 9. Роль служби комунікацій з громадськістю у формуванні іміджу організації.**

Поняття іміджу в сучасній науці. Імідж як інформаційне явище. Імідж і престиж, репутація, авторитет. Основні властивості іміджу.

Імідж організації, його основні ознаки, особливості та структура. Фірмовий стиль як комунікаційний засіб. Товарний знак, логотип, фірмовий блок, колір тощо. Вимоги до іміджу організації.

Проблема формування іміджу організації, основні підходи до її вирішення та напрями діяльності служб зв'язків з громадськістю. Фактори впливу на процес формування іміджу організації. Стереотипи та установки. Їх роль та значення в комунікаційному процесі. Проблема виявлення установок та стереотипів службами зв'язків з громадськістю.

Основні етапи формування іміджу організації, їх особливості та завдання працівників паблік рілейшнз. Позиціонування, відстройка, візуалізація, вербалізація, “подійна” комунікація та інші прийоми та засоби формування та коректування іміджу організації.

Підвищення та зниження іміджу. Необхідність та можливість перегляду іміджу організації. Новий імідж.

Поняття та сутність реклами іміджу. Традиційна та нетрадиційна реклама іміджу, їх особливості, негативні та позитивні риси.

## **Тема 10. Паблік рілейшнз у функціональній структурі організації.**

Соціально-економічна обумовленість появи служби зв'язків з громадськістю в органах влади. Типова структура відділу зв'язків з громадськістю. Місце PR-структур (прес-центр, відділ зв'язків з громадськістю, управління по зв'язках з пресою, центр громадських зв'язків) в органах державної влади. Зв'язки з громадськістю як компонент державного і муніципального

управління, спрямований на оптимізацію прийняття та реалізацію політичних рішень, механізм для завоювання і утримання влади і політичного впливу, як механізми врахування і узгодження інтересів.

Структура служби зв'язків з громадськістю державної організації: інформаційно-аналітична служба, підрозділ по роботі із зверненнями та скаргами громадян, теле-, радіо-, фотовідділ, редакція власного видання.

Напрямки діяльності служби зв'язків з громадськістю національних та місцевих органів державної влади. Встановлення, підтримування, розширення контактів з громадянами і організаціями; інформування громадськості про сутність рішень, що приймаються; аналіз реакції громадськості на дії посадових осіб та органів влади: прогнозування соціально-політичного процесу, забезпечення органів влади прогнозними аналітичними розробками; формування сприятливого іміджу влади і посадових осіб.

### **Тема 11. Громадськість в галузі паблік рілейшнз: визначення, класифікація, закономірності функціонування.**

Громадськість як група людей, які тим чи іншим чином пов'язані із життєдіяльністю організації або установи. Типологія груп громадськості. Зовнішня і внутрішня громадськість. Типологія громадськості за Д. Гендріксом (працівники ЗМІ, громадськість самої організації, місцева громада, інвестори, органи державного управління, споживачі, громадськість груп особливих інтересів. Визначення громадськості за Д. Грунігом (негромадськість, латентна громадськість, обізнана громадськість, активна громадськість). Аудиторія як активна громадськість. Фактори ситуативного характеру з перетворення латентної громадськості в аудиторію (Джеймс Груніг): усвідомлення проблеми, усвідомлення обмежень, рівень включеності в ситуацію.

Методи визначення цільових груп громадськості (географічний, демографічний, психографічний, з урахуванням прихованої влади, з урахуванням статусу, з урахуванням репутації, з урахуванням членства, з урахуванням ролі у прийнятті рішення). Пріоритетні групи громадськості як такі, що мають виняткову вагу в реалізації певної PR-програми (у тому числі в умовах воєнного стану).

## **5.2. Структура навчальної дисципліни**

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Форма навчання: <i>денна</i>					
	Усього	у тому числі				
лекції		практичні (семінарські)	лабораторні	індивідуальна робота	самостійна робота	
<b>Модуль 1</b>						
Тема 1. Вступ до навчального курсу	4	2	2			
Тема 2. Теорія комунікації - наукова основа зв'язків з громадськістю як галузі знання та сфери професійної діяльності.	2	2				
Тема 3. Історія виникнення та розвитку паблік рілейшнз.	12	2				10
Тема 4. Об'єкт та предмет зв'язків з	2	2				

громадськістю як галузі наукового знання.					
Тема 5. Паблік рілейшнз як сфера професійної діяльності.	16	2	4		10
Тема 6. Громадськість як об'єкт та суб'єкт комунікації.	2	2			
Тема 7. Організація діяльності системи зв'язків з громадськістю.	12	2			10
Тема 8. Методи впливу на громадськість. Вербальні комунікації в системі зв'язків з громадськістю.	26	2	4		20
Тема 9. Роль служби комунікацій з громадськістю у формуванні іміджу організації.	26	2	4		20
Тема 10. Паблік рілейшнз у функціональній структурі організації.	6	2	4		
Тема 11. Громадськість в галузі паблік рілейшнз: визначення, класифікація, закономірності функціонування.	12	2			10
Модульна контрольна робота					
Разом за модуль	120	22	18		80
<b>Разом за семестр</b>	<b>120</b>	<b>22</b>	<b>18</b>		<b>80</b>

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	Форма навчання: заочна				
	Усього	у тому числі			
		лекції	практичні (семінарські)	лабораторні	індивідуальна робота
<b>Модуль 1</b>					
Тема 1. Вступ до навчального курсу	32	2			30
Тема 2. Теорія комунікації – наукова основа зв'язків з громадськістю як галузі знання та сфери професійної діяльності.	24	2			20
Тема 3. Історія виникнення та розвитку паблік рілейшнз.	32	2			30
Тема 4. Об'єкт та предмет зв'язків з громадськістю як галузі наукового знання.	22	2			20
Тема 5. Паблік рілейшнз як сфера професійної діяльності.	10	2	2		8
Модульна контрольна робота					
Разом за модуль	120	10	2		108
<b>Разом за семестр</b>	<b>120</b>	<b>10</b>	<b>2</b>		<b>108</b>

### 5.3. Теми практичних (семінарських) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Вступ до навчального курсу	2	
2	Паблік рілейшнз як сфера професійної діяльності.	4	2
3	Методи впливу на громадськість. Вербальні комунікації в системі зв'язків з громадськістю.	4	
4	Роль служби комунікацій з громадськістю у формуванні іміджу організації.	4	
5	Паблік рілейшнз у функціональній структурі організації.	4	
<b>Разом</b>		<b>18</b>	<b>2</b>

### 5.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Методи впливу на громадськість. Вербальні комунікації.	10	10
2	Поняття вербальних комунікацій, їх основні характеристики та типологія.	10	20
3	Публічні виступи як засіб комунікації.	10	10
4	Невербальні комунікації в системі зв'язків з громадськістю	10	20
5	Організація простору та часу комунікаційного процесу.	10	20
6	Подвійні комунікації в системі зв'язків з громадськістю.	10	10
7	Засоби масової інформації як важливий інструмент паблік рілейшнз.	10	10
8	Роль паблік рілейшнз у формуванні іміджу організації.	10	8
<b>Разом</b>		<b>80</b>	<b>108</b>

### 5.5. Індивідуальне завдання

Індивідуальне завдання з навчальної дисципліни «Зв'язки з громадськістю» носить самостійний характер виконання окреслених завдань і тематично охоплює загальне змістовне навантаження з навчального курсу. Індивідуальне завдання студента виконується під час 1 модулю і може бути оцінене максимально у 22 бали. Воно включає виконання аналітичного завдання за визначеною темою.

**Аналітичне завдання за працею І. Яковлева «Паблік рілейшнз в організаціях».** Виконання завдання передбачає наступну логічну структуру викладу інформації (розділи):

1. Чому імідж вважається інформаційним явищем?
2. В чому спільне та відмінності між іміджем та престижем? репутацією? авторитетом?
3. Від чого залежить імідж людини? товару? організації?
4. Яку роль в комунікаційному процесі відіграють стереотипи та установки? Як вони пов'язані з іміджем?
5. Яким чином працівник ПР може підвищити імідж керівника організації: а) працюючи з ним? б) працюючи з його оточенням? в) працюючи з персоналом?
6. Чим відрізняється реклама іміджу від реклами товару? Що спільного, в чому відмінності?

## **6. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ, ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА**

В умовах використання формату онлайн-навчання (дистанційного навчання) із застосуванням мережі Google Meet названі засоби, методи та форми визначаються за домовленістю зі здобувачами і в залежності від зручного виду взаємодії, застосовуються з допомогою існуючих функцій групових чатів та відеоконференцій.

Для ефективного засвоєння тематики є можливість демонстрації необхідних матеріалів на робочому столі комп'ютерного технічного засобу під час занять і семінарів. Зокрема, у разі потреби, під час онлайн-заняття можна надати доступ до свого екрану, щоб показати презентації або іншу тематичну інформацію на робочому столі.

Планування лекційних і семінарських занять, модульних контрольних робіт, звітування за індивідуальну та іншу передбачену програмою роботу зі студентами, а також підсумкова перевірка знань у формі іспиту (заліку) здійснюється заздалегідь за допомогою прив'язки до Google-календаря. Синхронізація запланованих заходів виконується автоматично на всіх зручних для їх проведення пристроях.

## **7. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ**

### **Основна література**

1. Бебик В. Базові засади політології: історія, теорія, методологія, практика. К.: МАУП, 2020.
2. Бебик В. Воля виборців і виборча інженерія. *Політика і час*. 2018. №7. С.50–52.
3. Бебик В.М. Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматись на політичному Олімпі. К., 2019.
4. Виборчі технології. Збірник матеріалів / Упорядник В.Ціон. К., 2021.
5. Вишняк О. Технологія та результати досліджень громадської думки. *Політичний менеджмент*. 2018. №1. С.68–73.
6. Вишняк О.І., Шевель І.П. Дослідження і прогнозування виборів в Росії та Україні: досвід і проблеми (1990 – 1998). К.: Стилос, 2018.
7. Головатий М. Професія – політик. К., 2018.
8. Головатий М. Мистецтво політичної діяльності. К., 2017.
9. Головатий М. Мистецтво здобувати владу. *Політичний менеджмент*. 2019. №1. С.49–58.
10. Коен Д. Лобіювання у конгресі США. *Політологічні читання*. 2017. №2.

### **Допоміжна література**

1. Зв'язки з громадськістю: технології прагматичної комунікації: навч. посіб. / Л. Д. Климанська; М-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львів. політехніка". Л.: Вид-во Львів. політехніки, 2017. 164 с.
2. Королько В. Основи публік рілейшнз. К., 2016.
3. Королько В., Некрасова О. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. К.: «Києво-Могилянська академія», 2017.
4. Королько В. До питання про соціальну роль та етику публік рілейшнз. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2019. №1. С.61-76

5. Куліш А. Public Relation для громадських (недержавних) організацій: Практичні поради на щодень. К., 2020. 140 с.
6. Масова комунікація. Соціологія: навч. посіб. / За ред.. С.О. Макєєва. К.: Т-во «Знання», 2021. С. 211-249.
7. Недоходюк Г.Д. PR у системі вищої освіти. *Вища освіта України*. Додаток 3 (Т.2). 2016 р. Тематичний випуск «Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору».
8. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2015. 431 с.
9. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: Навчальний посібник. К.: Т-во «Знання», 2018. 506 с.
10. Психологія масової політичної свідомості та поведінки. К., 2019.
11. Сало І. Аналіз індивідуальних якостей політичного лідера як суб'єкта політики. *Політологічні читання*. 2017. №4. С.90–96.
12. Слободянюк Е. Політичний імідж у виборчій кампанії США. *Нова політика*. 2018. №1 (10). С.12–14.
13. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: навч. посіб. К.: МАУП, 2019. 104 с.
14. Стратегія планування виборчої кампанії / К.Пейн, К.Хед, Ш.О'Коннел. К., 2017.
15. Сучасний виборчий PR: навч. посібник. К., 2017.
16. Тищенко Ю., Піховшек В. Вибори-98: як і кого ми обирали. К., 2020.
17. Шлях до перемоги. Технологія виборчої кампанії / Упоряд. І.Кучерів та С.Одарич. К., 2019.

### **Інформаційні ресурси в мережі Інтернет**

1. Бібліотека учбової та наукової літератури [http://sbiblio.com/biblio/archive/korolko\\_osnovi/](http://sbiblio.com/biblio/archive/korolko_osnovi/)
2. Основи комунікації в ПР [http://yurotdel.com/stati/pablik-rileishnz\\_7.html](http://yurotdel.com/stati/pablik-rileishnz_7.html)
3. ПР у системі комунікації [http://www.pravo.vuzlib.org/book\\_z426.html](http://www.pravo.vuzlib.org/book_z426.html)

**Результати перегляду  
робочої програми навчальної дисципліни**

Робоча програма перезатверджена на 20\_\_\_ / 20\_\_\_ н.р. без змін; зі змінами (Додаток \_\_\_).  
(потрібне підкреслити)

протокол № \_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ р. Завідувач кафедри \_\_\_\_\_  
(підпис) (Прізвище ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20\_\_\_ / 20\_\_\_ н.р. без змін; зі змінами (Додаток \_\_\_).  
(потрібне підкреслити)

протокол № \_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ р. Завідувач кафедри \_\_\_\_\_  
(підпис) (Прізвище ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20\_\_\_ / 20\_\_\_ н.р. без змін; зі змінами (Додаток \_\_\_).  
(потрібне підкреслити)

протокол № \_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ р. Завідувач кафедри \_\_\_\_\_  
(підпис) (Прізвище ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20\_\_\_ / 20\_\_\_ н.р. без змін; зі змінами (Додаток \_\_\_).  
(потрібне підкреслити)

протокол № \_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ р. Завідувач кафедри \_\_\_\_\_  
(підпис) (Прізвище ініціали)