


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І.І. МЕЧНИКОВА
Кафедра соціальної психології

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-педагогічної роботи
(МАЙЯ НІКОЛАЄВА)
01 " 09 2022 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПАБЛІЗ РІЛЕЙШІЗ

Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський)

Галузь знань: 05 – соціальні та поведінкові науки

Спеціальність: 052 – Політологія

Освітньо-професійна програма: ОПП «Політологія»

за спеціальністю 052 – Політологія

ОНУ

2022

Робоча програма навчальної дисципліни «ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ». – Одеса:
ОНУ, 2022. – 17 с.

Розробник програми: Олена ПОРПУЛІТ, канд. філол. н., доцент кафедри
соціальної психології.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри соціальної психології

Протокол № 1 від «31» 08 2022 р.

Завідувач кафедри _____ (Оксана КОНОНЕНКО)

Погоджено із гарантом ОПІ «Політологія»

M. M. (Марія МІЛОВА)

Схвалено навчально-методичною комісією (НМК)

Факультету психології та соціальної роботи:

Протокол № 1 від «31» серпня 2022 р.

Голова НМК _____ (Маргарита КРЕМЕНЧУЦЬКА)

Переглянуто та затверджено на засіданні кафедри соціальної психології

Протокол № 1 від «28» серпня 2023 р.

Завідувач кафедри _____ (Жуковська О.У.)

Переглянуто та затверджено на засіданні кафедри _____

Протокол № ____ від « ____ » _____ 20 ____ р.

Завідувач кафедри _____ (_____)

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Загальна кількість: кредитів – 4 годин – 120 змістових модулів – 2	Галузь знань 05 – соціальні та поведінкові науки Спеціальність 052– політологія Рівень вищої освіти: <i>Перший (бакалаврський)</i>	<u>вибіркова</u>	
		<i>Рік підготовки:</i>	
		3-й	3-й
		<i>Семестр</i>	
		3-й	3-й
		<i>Лекції</i>	
		20 – год.	12 – год.
		<i>Практичні</i>	
		20 – год.	-
		<i>Самостійна робота</i>	
		80 – год.	100 – год.
		Форма підсумкового контролю: залік	

1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна включена до переліку основних освітніх компонентів освітньо-професійної програми (ОПП) для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 052 – «Політологія». Код дисципліни в ОПП «Політологія» – ВБ 3.1.

Метою навчальної дисципліни є оволодіння технологіями і стратегіями паблік рілейшнз; формування системи знань щодо системи інформаційно-аналітичних та процедурно-технологічних дій, скерованих на гармонізацію взаємостосунків між суб'єктом пабліцитного капіталу та громадськістю; систематизація теоретичних напрацювань дослідників та практичного досвіду діяльності зарубіжних фахівців ПР; вивчення і аналіз особливостей процесів становлення і розвитку ПР-діяльності в Україні у контексті сучасності.

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- навчити застосовувати ПР-технології у процесі безпосередньої професійної діяльності та під час виступів у ЗМІ;
- сформуванню у здобувачів вищої освіти базові знання щодо цілей, завдань, принципів, методів паблік рілейшнз;
- виробити навички розпізнання технологій білого, сірого, чорного ПР;
- надати знання щодо основних напрямків ПР-діяльності (формування іміджу, організація спеціальних подій, лобіювання, управління кризовими ситуаціями, боротьба з чутками, відносини зі ЗМІ тощо);
- залучати студентів до створення власних ПР-проектів із дотриманням кодексів професійної поведінки та етики у сфера паблік рілейшнз.

Процес вивчення дисципліни спрямований на формування елементів загальних (ІК, ЗК) та спеціальних (СК) **компетентностей**, визначених ОП:

ІТ Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у політичній сфері, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, із застосуванням теорій та методів політичної науки
--

ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним.
--

ЗК04. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності)

СК09. Здатність презентувати результати теоретичних і прикладних досліджень для фахівців та нефахівців.
--

Очікувані результати навчання (РН).

РН03. Вміти критично мислити у сфері професійної діяльності.

РН05. Вміти використовувати інформаційні та комунікаційні технології у професійній діяльності.

РН16. Презентувати результати теоретичних і прикладних досліджень фахівцям і широкій аудиторії, засобам масової інформації, експертам з інших галузей знань.

У результаті вивчення дисципліни здобувач-бакалавр повинен **знати**:

- основні базові поняття, сутнісні риси та механізми публік рілейшнз;
- особливості розвитку і становлення ПР;
- типології груп громадськості;
- закони формування громадської думки;
- основи політичного ПР;
- значення і методи роботи ПР у кризовій ситуації;
- принципи взаємодії ПР з засобами масових комунікацій;
- кодекс професійної етики в галузі ПР.

вміти:

- застосовувати отримані знання для використання в практичній діяльності, пов'язаній із ПР-діяльністю;
- аналізувати головні принципи, проблеми, особливості, сучасні тенденції ПР-діяльності;
- визначати та прогнозувати специфіку розвитку української ПР-сфери в зовнішній політиці держави.

Навчальна дисципліна вивчається протягом одного семестру та складається з двох змістових модулів (ЗМ). По завершенню курсу здобувачі вищої освіти складають *залік*. Результати навчання оцінюються за 100-бальною системою. За результатами оцінювання змістового модуля здобувачам виставляються бали. Під час викладання лекційного матеріалу лектор може здійснювати контрольні опитування здобувачів. У разі відсутності здобувача на практичному занятті, він зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття через усне опитування в позааудиторний час (час консультацій викладача) або, враховуючи складність умов, відпрацювати це заняття шляхом написання реферату, есе на тему, погоджену з викладачем. Невідпрацьовані заняття вважаються незданими і за них не нараховується оцінка в балах.

3. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовний модуль 1. Предмет, об'єкт і основні категорії ПР-діяльності як науки та управлінської діяльності.

ТЕМА 1. Паблік релейнз (ПР) як сфера професійної діяльності.

Предмет, об'єкт і основні категорії ПР. Окреслення відмінностей та схожостей ПР з журналістикою, пропагандою, рекламою, паблісіті, маркетингом тощо. Основні цілі ПР. Значення, проблематика і сутність ПР на сучасному етапі. Функції ПР: аналітично-прогностична, організаційно-технологічна, управлінська, інформаційно-комунікативна, консультативно-методична. Принципи ПР: забезпечення взаємної користі організації і громадськості; відкритість інформації; опора на об'єктивні закономірності функціонування масової свідомості тощо. Значення, проблематика і сутність ПР на сучасному етапі.

ТЕМА 2. Історичні витоки ПР. Ера маніпулювання, ера інформавання, ера переконання, ера взаємовпливу (за Р. Смітом). Реклама та ПР в стародавньому світі. ПР в античному суспільстві. ПР у добу Середньовіччя. ПР в Західній Європі та Північній Америці в першій половині ХХ століття. Спеціалізовані організації ХІХ-ХХІ століття, які виконують функції ПР. ПР в українській економіці та політиці ХХІ столітті. Основні тенденції розвитку ПР на сучасному етапі.

ТЕМА 3. Поняття громадськості. Структурні елементи поняття «громадськість»: масовий характер, наявність інтересу до базисного суб'єкта ПР, реагування на проблему. Типологія груп громадськості. Не-громадськість, латентна громадськість, обізнана громадськість, активна громадськість (Д. Груніг). Фактори перетворення латентної громадськості на активну (за Д. Грунігом): усвідомлення проблеми, усвідомлення обмежень, рівень включеності.

ТЕМА 4. Громадськість і громадська думка у ПР-діяльності. Громадська думка: історія та сучасність. Компетентність / некомпетентність громадської думки. Місце і роль громадської думки у політичному житті. Сутність громадської думки: спрямованість, інтенсивність, стабільність, інформаційна насиченість, соціальна підтримка. Вплив на громадську думку. Основні прийоми псевдотехнологій ПР. Маніпулювання громадською думкою з використанням ЗМІ: відволікання уваги; створити проблему – запропонувати рішення; стратегія поступовості; стратегія відкладання; сюсюкання з народом; більше емоцій, ніж роздумів; тримати людей в невігластві і посередності; спонукати маси захоплюватися посередністю; посилювати почуття провини; знати про людей більше, ніж вони про себе. Можливості протидії псевдотехнологіям.

ТЕМА 5. Організація діяльності системи ПР. Алгоритм процесу розробки програми зав'язків з громадськістю. Основні етапи планування, підготовки і проведення ПР-кампаній: аналіз вихідної (реальної) ситуації, вивчення її особливостей, характерних рис, тенденцій; вивчення громадської думки шляхом використання опитувальних листів, анкет, усного опитування для виявлення лідера цільової аудиторії; з'ясування реакції цільової аудиторії на цілі, форми і методи проведення кампанії; загальна система заходів з установами тісної взаємодії зі ЗМІ, використання можливостей ЗМІ для впливу на цільові аудиторії в інтересах фірми і споживача та вдосконалення її

послуг; вивчення й аналіз цільових аудиторій за професійними інтересами, а також їх чисельності і представництва; аналіз результатів досліджень порівняно з минулими та поточними даними (показниками) з використанням оцінок динаміки результатів; визначення наявного і перспективного діапазонів цільових аудиторій, на які розраховані ПР-кампанії. Кодекс професійної етики в галузі ПР.

Змістовний модуль 2. ПР-інструментарій: сутність і класифікація

ТЕМА 6. ЗМІ як інструмент реалізації завдань ПР. Засоби масової інформації: сутність, цілі, функції, права та обов'язки. Завдання ЗМІ у фокусі ПР: об'єктивне висвітлення в пресі, на радіо і телебаченні найважливіших подій в країні і світі; поширення за ініціативою ділових кіл та громадськості комерційної інформації, зокрема реклами; 3) ініціювання позитивних змін у суспільстві з метою підвищення темпів виробництва, конкурентоспроможності національної економіки, стабільного політичного розвитку. Зв'язки і співпраця зі ЗМІ: надання матеріалів для ЗМІ, на основі яких журналісти готують теленариси, повідомлення, репортажі, статті; підготовка відповідей на запитання ЗМІ та надання комплексних послуг для журналістів зі збору, технічної обробки та консультування первинної інформації; здійснення моніторингу в галузі відстеження, аналізу та оцінки повідомлень преси, радіо і телебачення; вжиття заходів щодо виправлення помилок у повідомленнях та інших матеріалах ЗМІ, організація виступів, що містять відповідні спростування. Взаємодія ПР і ЗМІ в Україні.

ТЕМА 7. Жанрова характеристика ПР-текстів. Інструменти ПР: інструменти опосередкованого масового інформування (прес-релізи, ньюз-релізи; факт-листи; інтерв'ю; заяви; статті; кейс-історії, медіа-кіти; листи редактору; бекграундери; авторські та оглядові статті; коментарі; виступи і щорічні звіти; спеціальні заходи (прийоми, конференції, прес-конференції, брифінги, презентації, дні „відкритих дверей”, „круглі столи”, благодійність, спонсорство, патронаж, лобювання); підтримуючі інструменти (виставки, візуальна ідентичність, інтерактивні інструменти); внутрішньо-спрямовані інструменти (листки новин, дошки оголошень, зустрічі з керівництвом, чутки, внутрішня „гаряча лінія”)). Характеристика та особливості інструментів опосередкованого масового інформування. Характеристика та особливості виступів та щорічних звітів. Принципи, мета й завдання спеціальних ПР-заходів. Виставка, візуальна ідентичність, блог як інструменти ПР-підтримки. Характеристика внутрішньо-спрямованих інструментів ПР.

ТЕМА 8. Антикризовий ПР. Типологія криз. Кризові явища як об'єкт дослідження в ПР. Фактори, які впливають на появу / розвиток / зникнення кризи. Ознаки кризи. Етапи розвитку кризи. Сутність антикризового ПР. Базові рекомендації антикризового управління (усвідомити зацікавленість медіа у вашій історії; визначити реальну проблему і розробити відповідну стратегію; керувати інформаційним потоком; уявіть, що ситуація розвиватиметься в гірший бік, тому треба усвідомлення того, що ситуація, ймовірно, погіршиться,

перш ніж вона почне поліпшуватись; задіяти найкращі наявні технології, щоб налагодити прямі й ефективні комунікації з усіма аудиторіями; необхідно постійно оцінювати ефективність тактик антикризового управління, щоб зрозуміти загальну ефективність антикризової стратегії). Заборонені методи подолання кризи: перенесення акцентів та нівелювання події; переключення уваги тощо.

ТЕМА 9. Лобіювання як форма комунікації та мистецтво впливу.

Основні цілі лобістської діяльності. Форми лобіювання: свідомий / несвідомий лобізм, стихійний лобізм / професійний лобізм, організований лобізм. Прихований / зовнішній лобізм, корпоративний лобізм. Методи лобіювання: надання в державні органи інформації, документів та проектів рішень з питань, що лобіюються, участь у роботі структур парламентів, особисті контакти з посадовими особами, організація публікацій та виступів у засобах масової інформації, експертиза проектів рішень, організація масових пропагандистських кампаній тощо..

ТЕМА 10. Використання ПР в політичній сфері. Інформаційне комунікаційне забезпечення політичного лідера. Інформаційна підтримка. Інформаційне обслуговування. Інформаційний вплив. Інформаційна логістика. Інформаційне консультування.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістовних модулів і тем		Кількість годин (денне відділення)				
	Назва	Усього годин	Лек. год.	Прак т. заняття	Інд-на р-та	Сам. р-та
Змістовний модуль 1. Предмет, об'єкт і основні категорії ПР-діяльності як науки та управлінської діяльності.						
Т.1	Паблік рілейшнз (ПР) як сфера професійної діяльності	12	2	2		8
Т.2	Історичні витоки ПР	12	2	2		8
Т.3	Поняття громадськості.	12	2	2		8
Т.4	Громадськість і громадська думка у ПР-діяльності	12	2	2		8
Т.5	Організація діяльності системи ПР.	12	2	2		8
	Разом за змістовним модулем 1	60	10	10		40
Змістовний модуль 2. Організація діяльності системи ПР.						
Т.6.	ЗМІ як інструмент реалізації завдань ПР.	12	2	2		8

Т.7.	Жанрова характеристика ПР-текстів.	12	2	2		8
Т.8.	Антикризовий ПР.	12	2	2		8
Т.9.	Лобіювання як форма комунікації та мистецтво впливу.	12	2	2		8
Т.10.	Використання ПР в політичній сфері.	12	2	2		8
	Разом за змістовним модулем 2	60	10	10		40
Усього годин		120	20	20		80

5. ТЕМИ ТА ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

	Теми	годин
Т.1	Загальна характеристика системи ПР-технологій.	2
Т.2	Розвиток професійної ПР-діяльності в зарубіжних країнах та в Україні в кінці ХХ – початку ХХІ століття.	2
Т.3	Типологія груп громадськості. Основні інтереси груп громадськості.	2
Т.4	Методи та форми впливу на громадську думку у сучасному суспільстві.	2
Т.5.	Етапи процесу планування ПР. Планування й розробка ПР-кампаній.	2
Т.6	Загальні принципи взаємодії зі ЗМІ. Задачі ЗМІ в практиці ПР. Он-лайн засоби в сфері ПР.	2
Т.7	Жанри ПР-текстів. Оперативно-новинні жанри. Дослідницько-новинні жанри. Образно-новинні жанри. Фактологічні жанри. Дослідницькі жанри.	2
Т.8	Типові помилки поведінки та можливі наслідки у кризових ситуаціях у фокусі ПР	2
Т.9	Види та методи лобіювання.	2
Т.10	Політичний ПР у контексті гармонізації політичних відносин.	2
	Усього годин	20

6. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ(не передбачені)

7. ТЕМИ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ (не передбачені)

8. САМОСТІЙНА РОБОТА

До самостійної роботи відноситься: [1] – підготовка до лекційних, практичних занять; [2] – опрацювання лекційного матеріалу; [3] – самостійне опрацювання літератури та нормативно-правових актів, інших джерел; [4] – презентації, реферату, есе, практичного завдання

	Види завдань	Сам. р-та
Т.1	Спільні та відмінні ознаки ПР та інших сфер діяльності (презентація).	8
Т.2	Міжнародні організації з питань ПР (реферат).	8
Т.3	Визначення цільових груп громадськості. Принципи взаємодії з основними групами громадськості (презентація).	8
Т.4	Технології ПР-маніпулювання та їх вплив на громадську думку в сучасних політичних процесах України (презентація).	8
Т.5	Обов'язки ПР-фахівця. Професійні вміння й навички ПР-фахівця (есе).	8
Т.6	Систематизація та оцінка переваг та недоліків різних засобів ЗМІ з точки зору ефективності їх впливу на цільові аудиторії у фокусі ПР-діяльності (практичне завдання)	8
Т.7	ПР-тексти: характеристика та принципи написання. Принципи ефективного ПР-повідомлення. Проблема класифікації та принципи типології ПР_текстів (реферат).	8
Т.8	Вірусна інформація. Боротьба з чутками (практичне завдання).	8
Т.9	Лобізм у законі чи закон про лобізм: українські реалії (есе).	8
Т.10	Паблік рілейшнз як інструмент політичної конкуренції на теренах України (реферат)	8
Усього годин		80

9. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

При викладанні дисципліни використовуються словесні методи навчання, наочні методи навчання. Головним словесним методом навчання є лекція. Під час проведення лекцій використовуються наступні методи навчання:

- пояснювально-ілюстративний метод або інформаційно-рецептивний;

- репродуктивний метод (відтворення інформації у вигляді наукових доповідей, конспектів першоджерел),
- метод проблемного викладу;
- частково-пошуковий, або евристичний метод.

Під час практичних занять використовуються методи: метод проектів, творчі вправи, ділові ігри, виконання практичних завдань, дискусії, виступ-повідь.

Самостійна робота включає роботу з текстовим матеріалом та виконання індивідуальних завдань: підготовка і демонстрація презентації-повіді, написання реферату, написання есе, виконання практичних завдань.

10. ФОРМИ КОНТРОЛЮ І МЕТОДИ НАВЧАННЯ

(у т.ч. критерії оцінювання результатів навчання)

При вивченні навчальної дисципліни здійснюється поточний та підсумковий контроль.

Поточний контроль проводиться з метою визначення рівня підготовленості студента з певних тем, розділів робочої навчальної програми, якості виконання конкретних завдань та здійснюється впродовж семестру під час проведення аудиторних занять (лекції, практичні заняття) та при виконанні самостійної роботи.

Об'єктом поточного оцінювання є:

- програмний матеріал, який викладається на лекціях;
- питання і проблеми, що розглядаються та обговорюються на практичних заняттях;
- програмний матеріал для самостійного вивчення, який передбачений робочою програмою та включає: реферати, презентації, практичні завдання, есе.

Форма **підсумкового контролю** – **залік**. Залік виставляється за результатами роботи здобувача впродовж усього семестру. Підсумкова оцінка визначається як проста сума балів за результатами поточного контролю за 100-бальною шкалою.

Здобувач одержує підсумкову оцінку за залікову навчальну дисципліну, якщо за результатами поточного контролю він набрав 60 і більше балів.

Якщо за результатами поточного контролю здобувач набрав менше 60 балів, він повинен виконати залікове завдання і з урахуванням його результатів одержати відповідну кількість залікових балів із дисципліни.

Якщо за результатами поточного контролю здобувач набрав 60 і більше балів, проте хоче поліпшити свій підсумковий результат, він також може виконати залікове завдання і з урахуванням його результатів підвищити свою підсумкову оцінку з дисципліни.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Критерії оцінювання під час аудиторних занять

Оцінка	Критерії оцінювання навчальних досягнень
Відмінно (9 балів)	Студент демонструє повні і глибокі знання навчального

	матеріалу, високий рівень розвитку умінь та навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, уміння творчо мислити, вільне володіння науковими термінами, встановлює причинно-наслідкові зв'язки.
Добре (7 балів)	Студент демонструє достатній рівень знань навчального матеріалу, загалом, дає правильні відповіді на поставлені питання, однак у деяких випадках нечітко їх формулює, допускає окремі несуттєві помилки та неточності, має сформовані уміння та навички щодо аналізу й вирішення поставлених практичних задач, однак при цьому не виявляє самостійність і творчість.
Задовільно (5 балів)	Студент загалом володіє навчальним матеріалом, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповідях, не завжди вміє інтегровано застосувати набуті знання для аналізу конкретних ситуацій і вирішення поставлених задач, нечітко, а інколи й неправильно формулює основні теоретичні положення та встановлює причинно-наслідкові зв'язки.
Незадовільно (3 бали)	Ставиться за відсутність у студента знань щодо головних проблем навчального курсу, якщо він неправильно розуміє і, відповідно, неправильно трактує смисл інформації по навчальній дисципліні, відсутні сформовані уміння й навички застосувати набуті знання для самостійного аналізу й вирішення конкретних практичних завдань.

Критерії оцінювання самостійної роботи

Вид	Максимальна кількість балів	Критерії оцінювання навчальних досягнень
Презентація	3	Відповідність змісту доповіді студента та/або оригінальність візуального представлення відповідному навчальному матеріалу.
Реферат	3	Здатність здійснювати узагальнення на основі опрацювання теоретичного матеріалу та відсутність помилок при оформленні цитування й посилань на джерела.
Практичне завдання	2	Самостійність та змістовність виконання практичного завдання. Його відповідність поставленим цілям.

Есе	2	Здатність продемонструвати розвиток власної думки, спроможність розкрити проблемні питання, основні тези, сформулювати висновки обґрунтовано, продемонструвати творчий підхід у розкритті проблематики, дотримуватися лексичних, граматичних та стилістичних норм української літературної мови.
-----	---	--

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для заліку
90 – 100	A	Зараховано
85 – 89	B	
75 – 84	C	
70 – 74	D	
60 – 69	E	
35 – 59	FX	Не зараховано з можливістю повторного складання
0 – 34	F	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

11. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Поточний та періодичний контроль										Підсумковий контроль (залік)	Сума балів	
Змістовний модуль 1					Змістовний модуль 3					загалом		
T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	T 9	T 10			
9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	90	10	
											100	

12. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Навчально-методичне забезпечення дисципліни «Паблік рілейшнз» репрезентовано робочою програмою навчальної дисципліни, силабусом, електронними методичними рекомендаціями до практичних занять та самостійної роботи з курсу для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, мультимедійними презентаціями.

13. ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Поняття Public Relations.
2. Public Relations. як особлива функція управління (Р. Ф. Харлоу).
3. Public Relations. та споріднена діяльність: журналістика, маркетинг, реклама, пропаганда.
4. Функції Public Relations. Три базові функцій Public Relations.
5. Принципи Public Relations.
6. Поняття громадськості.
7. Ситуаційний підхід у визначенні громадськості Д. Дьюї.
8. Громадська думка: історія і сучасність.
9. Фактори ситуаційного характеру, що перетворюють латентну громадськість на активну.
10. Типологія груп громадськості.
11. Визначення цільових груп громадськості.
12. Public Relations як спосіб впливу на громадську думку.
13. Сутність громадської думки.
14. Характерні ознаки громадської думки.
15. Закони формування громадської думки (Х. Кентріл).
16. Головні ознаки маніпулювання.
17. Маніпулятивні технології в медіапросторі.
18. Public Relations у кризових ситуаціях.
19. Типологія криз.
20. Управління проблемами з метою запобігання кризовим ситуаціям.
21. Типові помилки, яких припускаються організації в умовах кризи.
22. Практичні кроки Public Relations у розв'язання кризових ситуацій.
23. Комунікація у кризових ситуаціях.
24. Фактори, що обумовлюють успіх комунікації в умовах кризи.
25. Боротьба з чутками.
26. Обставини, що сприяють поширенню чуток (У. Джон).
27. Стратегія боротьби з чутками (У. Джон).
28. Особливості взаємодії зі ЗМІ в умовах стрімкої кризи.
29. Завдання засобів масової інформації у практиці PR. Напрями діяльності ЗМІ.
30. Ефективність і дієвість масової комунікації.
31. Види ефектів у масовій комунікації.
32. Специфіка роботи з пресою.
33. Особливості роботи з радіо та телебаченням.
34. On-line засоби у сфері PR: веб-сайти, електронна пошта, рекламні банери, дискусійні групи.
35. Жанри PR-текстів.
36. Оперативно-новинні жанри PR-текстів.
37. Дослідницько-новинні жанри PR-текстів.
38. Образно-новинні жанри PR-текстів.

39. Фактологічні жанри PR-текстів.
40. Дослідницькі жанри PR-текстів.
41. PR-інструментарій: сутність і класифікація.
42. Групи інструментів Public Relations.
43. PR-інструменти опосередкованого масового інформування.
44. Виступи і щорічні звіти як PR-інструменти.
45. Спеціальні PR-заходи.
46. Інструменти PR-підтримки.
47. Внутрішньо-спрямовані інструменти Public Relations.
48. Поняття іміджу. Загальні ознаки іміджу.
49. Соціально-етичний, внутрішньо-організаційний, діловий, споживчий аспект іміджу.
50. PR-стратегії у політичній діяльності.

14. Рекомендована література

Основна:

1. Лівіцька О. Практика PR-діяльності. Кам'янець-Подільський: ТОВ «Друкарня «Рута». 2020. 164 с.
2. Романовський О. Г. Основи публік рілейшнз: навчальний посібник для студентів спеціальностей 053 «Психологія» та 074 «Публічне управління та адміністрування» / О.Г. Романовський, Н.В. Серeda, Є.В. Воробйова. Харків : НТУ «ХП», 2018. 174 с.
3. Смірнова К. В. PR-менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.

Додаткова:

4. Баштанник, О. В. Посібник до вивчення курсу «Політичні публік рілейшнз» Д.: РВВ ДНУ, 2017. 18 с.
5. Березенко В. В. Теорія та історія зв'язків з громадськістю : Навч.-метод. посібник для здобувачів вищої освіти магістра спеціальності «Журналістика» освітньої програми «Зв'язки з громадськістю». Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 107 с.
6. Богатирьова Г.А. Публік рілейшнз: метод. рек. до вивч. дисц. / Г.А. Богатирьова; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2021. 50 с.
7. Гапоненко В. А. Зв'язки з громадськістю: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2018. 238 с.
8. Джеймс Груніг: Як підвищити продуктивність PR-діяльності? Інтерв'ю. Режим доступу: <http://www.management.com.ua/interview/int446.html>
9. Зацерківна М. О. Зв'язки з громадськістю: основні поняття та етапи становлення у сфері вищої освіти // Молодий вчений. № 9 (49), вересень 2017. С. 146–150.
10. Історія зв'язків із громадськістю : конспект лекцій / укладач Н. С. Подоляка. Суми : Сумський державний університет, 2016. 158 с.
11. Лі Р. Міфи про PR. Львів: Фабула. 2020. 245 с.

12. Прикладні соціально-комунікаційні технології: теорія та практика: Монографія / І. Г. Абрамова, В. В. Березенко, І. С. Бондаренко та ін.; за заг. ред. В. М. Манакіна ; відп. ред. В. В. Березенко, О. О. Семенець. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2016. 332 с.
13. Ромат, Є. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навчальний посібник / Є. В. Ромат, І. О. Бучацька, Т. В. Дубовик; Київський національний торговельно-економічний університет. Київ, 2016. 284 с.
14. Hotsur, O., Populit, O., Danylina, O., Zozulia, N., Stiekolshchykova, V., & Danko-Sliptsova, A. (2023). How does Information Manipulation Interfere with Normal Brain Function? The Disruption of Neuroethics in War-Time Mass Media. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, 14(3), 224-240. <https://doi.org/10.18662/brain/14.3/472>
15. Populit O. Social Networks as a factor of political mobilization. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, 2019. 45, 351–359. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2018.44.9326>

15. Інформаційні (електронні) ресурси

1. The International Public Relations Association Code of Conduct. Режим доступу: <https://www.ipra.org/member-services/code-of-conduct/> The Public Relations Society of America Code of Ethics. Режим доступу: <https://www.prsa.org/about/prsa-code-of-ethics>
2. Global Principles of Ethical Practice in Public Relations and Communication Management. Режим доступу: <https://www.globalalliancepr.org/codeof-ethics>
3. <https://link.springer.com/> (доступ до електронних ресурсів видавництва Springer. (англ., нім.), що містить архіви провідних світових періодичних видань з психології, соціальних комунікацій, журналістики, ПР тощо)
4. <https://journals.sagepub.com/action/showPublications> (періодичні видання гуманітарного спрямування)
5. Інтернет-портал [Media Sapiens](http://www.media-sapiens.com/)