


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ



Паблік рілейшнз

робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань	<i>29 Міжнародні відносини</i>
Спеціальність	<i>291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії</i>
Освітній рівень	<i>перший (бакалаврський)</i>
Освітня програма	<i>Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії</i>
Статус дисципліни	<i>вибіркова</i>
Мова викладання, навчання та оцінювання	<i>українська</i>
Завідувачка кафедри <i>Міжнародного бізнесу та економічного аналізу</i>	 <i>Ірина ОТЕНКО</i>

Харків
2020

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри *Міжнародного бізнесу та економічного аналізу*

Протокол № 1 від 25 серпня 2020 р.

Розробник (и):

Гронь О.В., к.е.н., доцент кафедри міжнародного бізнесу та економічного аналізу.

**Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

Анотація навчальної дисципліни

В сучасних умовах встановлення та підтримка взаємопорозуміння між організацією та її групами громадськості має важливе значення в процесі вирішення питань, як комерційного так і некомерційного характеру. Оскільки будь-яка організація є перш за все соціальним елементом суспільства, то всі її зв'язки і комунікації являють собою різноманітні соціальні взаємодії. Будь-яка діяльність організації проходить за законами суспільства, в суспільному середовищі. Інструменти паблік рілейшнз допомагають успішному функціонуванню організацій та формуванню їх репутації в суспільстві. Гарна репутація організації дозволяє залучити професіональних робітників, інвестиції та збільшити прихильність партнерів. Будучи однією з функцій управління, паблік рілейшнз (ПР) носять проактивний характер та безпосередньо впливають на успіх діяльності організацій. Формуючи місію організації ПР орієнтуються на врахування інтересів суспільства. З іншого боку в демократичному суспільстві громадськість потребує інформації та знань щодо діяльності компаній, організацій, інституцій, і саме інструменти паблік рілейшнз допомагають визначити інформаційні потреби груп громадськості та надати їм необхідну інформацію.

Для того, щоб бути затребуваними на ринку праці майбутнім фахівцям з міжнародних відносин необхідно знати основи паблік рілейшнз, їх роль та функції в організаціях, способи визначення груп громадськості, складові ПР-кампанії, особливості застосування зав'язків з громадськістю у міжнародних відносинах.

Навчальна дисципліна «Паблік рілейшнз» є вибірковою навчальною дисципліною та вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців освітнього рівня «бакалавр» спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» всіх форм навчання.

Метою викладання навчальної дисципліни «Паблік рілейшнз» є набуття студентами теоретичних знань, практичних умінь і навичок в галузі зв'язків з громадськістю.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Паблік рілейшнз» є:

отримання студентами знань щодо понятійного апарату і основних моделей паблік рілейшнз;

опанування навичок ефективної роботи з основними групами громадськості та використання різних інструментів паблік рілейшнз;

розуміння етичних обмежень, що накладаються на суб'єкта ПР-діяльності.

Характеристика навчальної дисципліни

Курс	4
Семестр	7
Кількість кредитів ECTS	4
Форма підсумкового контролю	іспит

Структурно-логічна схема вивчення дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
Суспільні комунікації	Виробнича практика
Міжнародні культурні відносини	Науково-дослідна практика
Ораторська майстерність та спічрайтинг	Комплексний консультативний проект

Компетентності та результати навчання за дисципліною

Компетентності	Результати навчання
<p>Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p>Здатність бути критичним і самокритичним.</p> <p>Здатність до здійснення комунікації та інформаційно-аналітичної діяльності у сфері міжнародних відносин (українською та іноземними мовами).</p>	<p>Вільно спілкуватися державною та іноземними мовами на професійному рівні, необхідному для ведення професійної дискусії, підготовки аналітичних та дослідницьких документів.</p> <p>Вести фахову дискусію із проблем міжнародних відносин, міжнародних комунікацій, регіональних студій, зовнішньої політичної діяльності, аргументувати свою позицію, поважати опонентів і їхню точку зору.</p> <p>Мати навички самостійного визначення освітніх цілей та навчання, пошуку необхідних для їх досягнення освітніх ресурсів.</p>

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Паблік рілейшнз (зв'язки з громадськістю) в сучасному суспільстві.

- 1.1. Паблік рілейшенз. Роль PR-фахівця.
- 1.2. Паблік рілейшенз - відмінності від реклами, журналістики, пропаганди.
- 1.3. Принципи PR-діяльності. Функції та ролі паблік рілейшнз.
- 1.4. Моделі комунікацій Грюніга.

Тема 2. Громадська думка як об'єкт PR-діяльності.

- 2.1. Громадськість: поняття, структура, типологія.
- 2.2. Громадськість як суб'єкт комунікації.
- 2.3. Сутність, характерні риси та ознаки громадської думки.
- 2.4. Процес формування громадської думки та місце в ньому служби зв'язків з громадськістю.

Тема 3. Засоби масової інформації – важливий інструмент PR.

- 3.1. Засоби масової інформації та комунікації: поняття та структура.
- 3.2. Робота служб PR із засобами масової інформації.
- 3.3. Інтерв'ю та прес-конференції в роботі зі ЗМ.
- 3.4. Прес-релізи як засіб розповсюдження новин про організацію.

Тема 4. Роль зв'язків з громадськістю у формуванні іміджу організації.

- 4.1. Поняття іміджу в сучасній науці.
- 4.2. Імідж організації: поняття, структура, типологія.
- 4.3. Механізм формування іміджу організації.
- 4.4. Основні етапи формування іміджу організації.

Тема 5. Подієва комунікація в системі зв'язків з громадськістю.

- 5.1. Подієва комунікація: поняття, сутність, місце в системі зв'язків з громадськістю.
- 5.2. Специфіка окремих видів подієвої комунікації.
- 5.3. Організація та проведення презентацій.

Тема 6. Міжнародні паблік рілейшнз.

6.1. Структура, цілі та завдання комунікацій з громадськістю в міжнародному середовищі.

6.2. Особливості міжнародної ПР-діяльності держав та державних органів.

6.3. Міжнародні організації як суб'єкти ПР-діяльності.

6.4. Мультикультурне середовище як фактор здійснення міжнародних ПР.

Тема 7. Кризові паблік рилейшнз.

7.1. Кризи та кризові ситуації.

7.2. Основні завдання ПР-служб у передкризовий період.

7.3. Діяльність ПР-служб в умовах кризи.

Тема 8. Організація діяльності системи зв'язків з громадськістю.

8.1. Основні організаційні форми діяльності системи зв'язків з громадськістю.

8.2. Планування, організація та здійснення зв'язків з громадськістю.

8.3. Стратегічне й оперативне планування зв'язків з громадськістю.

Тема 9. Правове регулювання та етичні норми паблік рилейшнз.

9.1. Професійні принципи та норми ПР-діяльності.

9.2. Державні органи регулювання, професійні організації і об'єднання як концептуальна основа формування професійних стандартів ПР в країнах Європи та США.

9.3. Формування етичних засад ПР-діяльності в Україні.

9.4. Етичні проблеми у сфері зв'язків із громадськістю.

9.5. Проблеми правового регулювання зв'язків з громадськістю.

Перелік практичних (семінарських) занять, а також питань та завдань до самостійної роботи наведено у таблиці «Рейтинг-план навчальної дисципліни».

Методи навчання та викладання

Серед методів навчання використовуються різні методи, спрямовані на активізацію та стимулювання навчально-пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти, а саме: проблемні лекції (тема 9), лекції-дискусії (тема 1, тема 5), презентації, кейс-стаді (тема 4, тема 7, тема 8), мозкові штурми (тема 9), різнотипні індивідуальні та групові проекти (тема 4), робота в малих групах (тема 6), індивідуальна дослідницька робота під час виконання творчого завдання (тема 3, тема 5).

Порядок оцінювання результатів навчання

Оцінювання результатів вивчення навчальної дисципліни «Паблік рилейшнз» здійснюється за накопичувальною (100-бальною) системою оцінювання.

Оцінювання здійснюється за такими видами контролю:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських занять і самостійної роботи студентів та оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту бути допущеним до складання іспиту – 35 балів);

підсумковий контроль у формі іспиту.

Поточний контроль включає оцінювання роботи студентів під час:

лекцій: активна робота на занятті (1 бал за кожне заняття) за умови активної участі в обговоренні теми лекції, відповіді студентом на поставлені викладачем питання. Загальна кількість балів 9.

практичних та семінарських занять: активна робота на занятті (1 бали за кожне заняття) за умови виконання студентом практичних завдань, участі студентів у вирішенні кейсів, обговореннях, дискусіях. Загальна кількість балів – 9;

письмової контрольної роботи, максимально оцінюється в 8 балів. Контрольна робота містить три завдання: 1 теоретичне (2 бали), два ситуаційних завдання (кожне оцінюється в 3 бали);

колоквіуму: студенти мають один колоквіум наприкінці семестру. Максимальна

оцінка за колоквиум складає 10 балів. Колоквиум включає завдання за усіма темами дисципліни. Структура колоквиуму: 1) 8 тестових завдань (максимальна оцінка за кожне завдання – 0,5 бали); 2) 2 ситуаційних завдання (максимальна оцінка за кожне 3 бали);

самостійної роботи: виконання двох творчих завдань (кожне завдання 5 балів). Результати проведеного дослідження за обраною темою презентуються на занятті, для презентації мають бути використані програми PowerPoint або інші програми для створення презентацій. Максимальна оцінка - 10 балів, оцінюються коректність отриманих результатів дослідження, кількість та якість аналізованих джерел інформації, креативний підхід в процесі презентації результатів, вміння щодо публічної комунікації;

практичні завдання, запропоновані для самостійного вирішення. Кожне завдання оцінюється в 1-3 бали в залежності від складності завдань за умови правильного виконання та вірних висновків. Кількість завдань для самостійної роботи – 6, максимальна кількість балів за усі домашні завдання становить 14.

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену, завданням якого є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими темами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми в рамках навчальної дисципліни тощо.

Екзаменаційний білет охоплює програму дисципліни і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей.

Кожен екзаменаційний білет включає: 10 тестів (кожен тест 1 бал - загальна оцінка 10 балів), одного стереотипного завдання (5 балів), двох діагностичних завдань (кожне з яких оцінюється 7 балів) та одного евристичного завдання (11 балів), які передбачають вирішення типових професійних завдань фахівця на робочому місці та дозволяють діагностувати рівень теоретичної підготовки студента і рівень його компетентності з навчальної дисципліни.

Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів) і проставляється у відповідній графі екзаменаційної «Відомості обліку успішності». Виставлення підсумкової оцінки здійснюється за шкалою, наведено в таблиці «Шкала оцінювання: національна та ЄКТС».

Форми оцінювання та розподіл балів наведено у таблиці «Рейтинг-план навчальної дисципліни».

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	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	не зараховано

Рейтинг-план навчальної дисципліни

Тема	Форми та види навчання	Форми оцінювання	Мах бал	
1	2	3	4	
Тема 1. Паблік рілейшнз (зв'язки з громадськістю) в сучасному суспільстві	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція-дискусія: 1.1. Паблік рілейшенз. 1.2. Принципи ПР-діяльності. Функції та ролі паблік рілейшнз. 1.3. Моделі комунікацій Грюніга.	Активна робота на парі	1
	Семінарське заняття	Семінарське заняття за питаннями: Роль ПР-фахівця. Паблік рілейшенз - відмінності від реклами, журналістики, пропаганди.	Активна робота на парі	1
	<i>Самостійна робота</i>			
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу.	Перевірка завдань для самостійної роботи	1	
Тема 2. Громадська думка як об'єкт ПР-діяльності	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція за питаннями: 2.1. Громадськість: поняття, структура, типологія. 2.2. Громадськість як суб'єкт комунікації. 2.3. Сутність, характерні риси та ознаки громадської думки.	Активна робота на парі	1
	Практичне заняття	Завдання: Оцінка громадської думки.	Активна робота на парі	1
	<i>Самостійна робота</i>			
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу за питаннями: Процес формування громадської думки та місце в ньому служби зв'язків з громадськістю. Завдання: аналіз організацій та визначення ролі ПР в їх діяльності.	Перевірка завдань для самостійної роботи	2	
Тема 3. Засоби масової інформації –важливий інструмент ПР	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція за питаннями: 3.1. Засоби масової інформації та комунікації: поняття та структура. 3.2. Робота служб ПР із засобами масової інформації. 3.3. Інтерв'ю та прес-конференції в роботі зі ЗМІ. 3.4. Прес-релізи як засіб розповсюдження новин про організацію.	Активна робота на парі	1
	Практичне заняття	Практичне заняття. Складання прес-релізу.	Активна робота на парі	1
	<i>Самостійна робота</i>			
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу за питаннями: Інтерв'ю та прес-конференції в роботі зі ЗМІ. Творче завдання: Аналіз та порівняння новин, опублікованих в різних ЗМІ щодо діяльності організації за вибором студента.	Перевірка завдань для самостійної роботи	3	

1	2	3	4	
Тема 4. Роль зв'язків з громадськістю у формуванні іміджу організації	Аудиторна робота			
	Лекція	Лекція за питаннями: 4.1. Поняття іміджу в сучасній науці. 4.2. Імідж організації: поняття, структура, типологія. 4.3. Механізм формування іміджу організації. 4.4. Основні етапи формування іміджу організації.	Активна робота на парі	1
	Практичне заняття	Розгляд проблемних ситуацій у групах. Аналіз складових іміджу ХНЕУ ім. С. Кузнеця.	Активна робота на парі	1
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу за питаннями: Механізм формування іміджу організації. Творче індивідуальне завдання: Визначення стейкхолдерів організації. Цільові аудиторії паблік рілешнз. Порівняння іміджу організацій за вибором студента, заходи щодо покращення іміджу організації.	Перевірка виконання творчого завдання. Презентація	5
Тема 5. Подієва комунікація в системі зв'язків з громадськістю	Аудиторна робота			
	Лекція	Лекція-дискусія за питаннями: 5.1. Подієва комунікація: поняття, сутність, місце в системі зв'язків з громадськістю. 5.2. Специфіка окремих видів подієвої комунікації. 5.3. Організація та проведення презентацій.	Активна робота на парі	1
	Практичне заняття	Практичне заняття у формі ділової гри: Пошук ідей та планування заходів ПР-кампанії для організації за вибором студента.	Активна робота на парі	1
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу за питаннями: Подієва комунікація в системі зв'язків з громадськістю. Творче завдання: підготовка презентації спеціального заходу для організації за вибором студента.	Перевірка виконання творчого завдання. Презентація	5
Тема 6. Міжнародні паблік рілешнз	Аудиторна робота			
	Лекція	Лекція за питаннями: 6.1. Структура, цілі та завдання комунікацій з громадськістю в міжнародному середовищі. 6.2. Особливості міжнародної ПР-діяльності держав та державних органів. Мультикультурне середовище як фактор здійснення міжнародних ПР.	Активна робота на парі	1
	Практичне заняття	Ділові ігри, робота в малих групах: моделювання ситуацій міжкультурного середовища, визначення особливостей застосування ПР-інструментів для організацій, що працюють з представниками різних культур.	Активна робота на парі	1
			Контрольна робота	8
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу за питаннями: Міжнародні організації як суб'єкти ПР-діяльності. Завдання: аналіз ПР-діяльності міжнародних організацій.	Перевірка завдань для самостійної роботи	3	

1	2		3	4
Тема 7. Кризові публік рилейшз	Аудиторна робота			
	Лекція	Лекція за питаннями: 7.1. Кризи та кризові ситуації. 7.2. Основні завдання ПР-служб у передкризовий період. 7.3. Діяльність ПР-служб в умовах кризи.	Активна робота на парі	1
	Практичне заняття	Практичне заняття: кейс-стаді «Аналіз кризової ситуації», пошук варіантів розв'язання кризової ситуації, розробка пр-плану.	Активна робота на парі	1
	Самостійна робота			
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу за питаннями: Кризові публік рилейшз. Завдання: складання переліку кризових подій для обраної організації, визначення плану дій щодо можливих кризових ситуацій.	Перевірка завдань для самостійної роботи	3	
Тема 8. Організація діяльності системи зв'язків з громадськістю	Аудиторна робота			
	Лекція	Лекція за питаннями: 8.1. Основні організаційні форми діяльності системи зв'язків з громадськістю. 8.2. Планування, організація та здійснення зв'язків з громадськістю. 8.3. Стратегічне й оперативне планування зв'язків з громадськістю.	Активна робота на парі	1
	Практичне заняття	Вирішення ситуаційних завдань: Організація роботи ПР-відділу в організації.	Активна робота на парі	1
	Самостійна робота			
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до заняття, огляд теоретичного матеріалу за питаннями: Організація діяльності системи зв'язків з громадськістю. Етичні проблеми у сфері ПР.	Перевірка завдань для самостійної роботи	2	
Тема 9. Правове регулювання та етичні норми публік рилейшз	Аудиторна робота			
	Лекція	Проблемна лекція за питаннями: 9.1. Професійні принципи та норми ПР-діяльності. 9.2. Державні органи регулювання, професійні організації і об'єднання як концептуальна основа формування професійних стандартів ПР в країнах Європи та США. 9.3. Етичні проблеми у сфері зв'язків із громадськістю. 9.4. Проблеми правового регулювання зв'язків з громадськістю.	Активна робота на парі	1
	Практичне заняття	Мозковий штурм «Формування етичних засад ПР-діяльності в Україні, роль державних органів та професійних об'єднань».	Активна робота на парі	1
			Колоквіум	10
Самостійна робота				
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до колоквіуму.	Перевірка завдань для самостійної роботи	–	
Іспит			40	

Рекомендована література

Основна

1. Гронь О.В. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Паблік рілейшнз» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=7327#section-0>

Додаткова

2. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю: навчальний посібник / Л. М. Вежель ; МОН України, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. - Київ: ВПЦ "Київський університет", 2011. – 123 с.

3. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. [Підручник] / Вид. 3-тє, доп. і перероб. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 831 с.

4. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / В. О. Морохова, В. Б. Здрілюк, І. Ф. Лорві; Луц. нац. техн. ун-т. - Луцьк : Вежа-Друк, 2016. – 207 с.

5. 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.

6. Black C. The PR professional's handbook: powerful, practical communications / Caroline Black. – Kogan Page. – 2014. – 376 p.

7. Gregory A. Planning and managing public relations campaigns: a strategic approach / Anne Gregory. – Kogan Page. – 2015. – 224 p.

8. Зовнішньополітичні комунікативні технології : підруч. для студентів ВНЗ, які навчаються за напрямом підгот. «Міжнародна інформація» / Є. А. Макаренко, М. М. Рижков, Н. О. Піпченко, Т. В. Москаленко, О. П. Кучмій; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. - Київ : Центр вільної преси, 2016. - 415 с.

9. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття / Г. Г. Почепцов. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2017. – 257 с.

Інформаційні ресурси

10. The International Public Relations Association Code of Conduct [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ipra.org/member-services/code-of-conduct/>

11. The Public Relations Society of America Code of Ethics [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.prsa.org/about/prsa-code-of-ethics>

12. Global Principles of Ethical Practice in Public Relations and Communication Management / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalalliancepr.org/code-of-ethics>

13. Сайт персональних навчальних систем ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Дисципліна «Паблік рілейшнз» // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=7327#section-0>