

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ  
ФАКУЛЬТЕТ ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ



КАФЕДРА ГУМАНІТАРНИХ І СОЦІАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**Політична реклама та PR**

Освітньо-професійна програма Політологія  
Спеціальність 052 Політологія  
Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки  
Освітній ступінь бакалавр

Розробник:

**Макарець Світлана,**

к. іст. н., доцент, доцент кафедри  
гуманітарних і соціальних дисциплін



Гарант ОПП:

**Приходько Сергій,**

к. політ. н., доцент, доцент кафедри  
гуманітарних і соціальних дисциплін



Полтава 2020 р.

<b>Назва навчальної дисципліни</b>	<b>Політична реклама та PR</b> Вибірковий компонент ОПП
<b>Назва структурного підрозділу</b>	кафедра гуманітарних і соціальних дисциплін
<b>Контактні дані розробників, залучених до викладання</b>	Викладач: <b>Макарець Світлана</b> , к. іст. н., доцент, доцент кафедри гуманітарних і соціальних дисциплін. Контакти: ауд. 459, навчальний корпус № 4 e-mail: <a href="mailto:svitlana.makarets@pdaa.edu.ua">svitlana.makarets@pdaa.edu.ua</a> сторінка викладача: <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/makarec-svitlana-volodymyrivna">https://www.pdaa.edu.ua/people/makarec-svitlana-volodymyrivna</a>
<b>Рівень вищої освіти</b>	перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
<b>Спеціальність, спеціалізація</b>	052 Політологія
<b>Попередні умови для вивчення дисципліни</b>	перелік дисциплін, які передують вивченню дисципліни «Політична реклама та PR» відповідно до структурно-логічної схеми освітньо-професійної програми: «Соціологія», «Мас-медіа та політика», «Політична етика», «Політична психологія».

### **Заплановані результати навчання**

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** засвоєння здобувачами вищої основних принципів PR; надання майбутнім фахівцям комплексних знань та умінь щодо визначення і використання основних елементів PR-технологій; теоретичне обґрунтування і практична апробація основних методів і прийомів PR у сфері політики з їх адаптацією до ситуації в сучасному суспільно-політичній сфері України.

**Основні завдання навчальної дисципліни:** розгляд і практичне використання прийомів створення іміджу; налагодження та підтримка добрих стосунків у процесі політичного та соціального спілкування; розкриття конкретних PR-методик; вивчення тактики вербального і невербального впливів на громадськість; головні аспекти маніпулювання суспільною свідомістю; вивчення діяльності служб PR.

<b>Компетентності</b>		<b>Програмні результати навчання</b>
<i>загальні</i>	<i>фахові</i>	
1. Здатність до соціально-політичного осмислення загальних принципів і законів розвитку природи, суспільства та пізнання. 2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу фактів, даних та інформації з різних первинних та вторинних джерел. 3. Здатність до самовдосконалення, адаптації та дії в нових ситуаціях, креативність. 4. Здатність оцінювати соціальну значимість результатів своєї діяльності, бути відповідальним громадянином, усвідомлювати рівні можливості та гендерні проблеми.	1. Здатність застосовувати політологічні поняття, концепції та теорії для інтерпретації суспільно-політичних явищ і процесів відповідно до певного історичного або сучасного контексту. 2. Здатність впроваджувати ефективні соціальні та політичні технології у питаннях здійснення політичної діяльності як на рівні окремих суб'єктів та інститутів, так і на державному рівні. 3. Здатність використовувати сучасні знання, методи, інструменти щодо формування, підтримки та удосконалення системи соціального та політичного управління як на рівні окремих структур і організацій, так і на державному рівні.	1. Використовувати сучасні інформаційні технології у професійній діяльності, спиратися на знання процесів розвитку та функціонування українських та зарубіжних медіа-систем, специфіки створення і функціонування ЗМІ та забезпечення ефективної взаємодії з ними. 2. Здійснювати аналітико-прогностичну діяльність, виявляти тенденції рекламного та PR-бізнесу, передбачати перспективи подальшого їх розвитку, проводити прикладні дослідження в сфері реклами та зв'язків з громадськістю. 3. Демонструвати громадянську позицію, інтегрованість в сучасне суспільство, направленість на

		його удосконалення на принципах гуманізму і демократії; брати відповідальну участь в суспільно-політичному житті.
--	--	---

### **Програма навчальної дисципліни**

Тема 1. Зв'язки з громадськістю: поняття, суть, принципи.

Тема 2. Історичний розвиток зв'язків з громадськістю.

Тема 3. Громадськість у сфері PR.

Тема 4. Створення іміджу в системі PR.

Тема 5. PR у кризових ситуаціях.

Тема 6. Основи політичного PR.

Тема 7. Політична система та законодавче регулювання виборчих процесів.

Тема 8. Виборчі технології. Етапи впровадження виборчих технологій.

Тема 9. Особливості формування політичного іміджу лідерів та партій.

Тема 10. Робота з громадськістю як ресурс політичного менеджменту.

Тема 11. Інтернет-технології у політичній комунікації.

Тема 12. Засоби протидії в умовах інформаційних війн.

### **Трудомісткість**

Загальна кількість годин – 120. Кількість кредитів – 4,0. Форма семестрового контролю – залік.

### **Політика оцінювання**

**1. Академічна доброчесність:** Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавської державної аграрної академії. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

### **2. Система оцінювання**

#### **Критерії успішного опанування програмних результатів навчання**

Програмні результати навчання	Відсоток у підсумковій оцінці з навчальної дисципліни, %	Максимальна кількість балів	Мінімальний пороговий рівень оцінок, балів	Форми оцінювання результатів навчання
1. Використовувати сучасні інформаційні технології у професійній діяльності, спиратися на знання процесів розвитку та функціонування українських та зарубіжних медіа-систем, специфіки створення і функціонування ЗМІ та забезпечення ефективної взаємодії з ними.	40	40	24	<ul style="list-style-type: none"> <li>• опитування на семінарських заняттях</li> <li>• розв'язування тестів</li> </ul>
2. Здійснювати аналітико-прогностичну діяльність, виявляти тенденції	40	40	24	

рекламного та PR-бізнесу, передбачати перспективи подальшого їх розвитку, проводити прикладні дослідження в сфері реклами та зв'язків з громадськістю.				завдань самостійної роботи
3. Демонструвати громадянську позицію, інтегрованість в сучасне суспільство, направленість на його удосконалення на принципах гуманізму і демократії; брати відповідальну участь в суспільно-політичному житті.	20	20	12	• підготовка презентації
<b>Разом</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	

### Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом
	Опитування на семінарських заняттях	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи (в розрізі кожної теми)	Підготовка презентації	
Тема 1. Зв'язки з громадськістю: поняття, суть, принципи.	-	12	2		2
Тема 2. Історичний розвиток зв'язків з громадськістю.	6		2		8
Тема 3. Громадськість у сфері PR.	-		2		2
Тема 4. Створення іміджу в системі PR.	6		2		8
Тема 5. PR у кризових ситуаціях.	6		2		8
Тема 6. Основи політичного PR.	6		2		20
Тема 7. Політична система та законодавче регулювання виборчих процесів.	6		2		8
Тема 8. Виборчі технології. Етапи впровадження виборчих технологій.	-		2		2
Тема 9. Особливості формування політичного іміджу лідерів та партій.	6		2		8
Тема 10. Робота з громадськістю як ресурс політичного менеджменту.	-		2		2
Тема 11. Інтернет-технології у політичній комунікації.	-		2		2
Тема 12. Засоби протидії в умовах інформаційних війн.	6		2		20
Самостійна робота			10	10	
<b>Разом</b>	<b>42</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

### Рекомендовані джерела інформації

#### Основні

1. Вежель, Л. М. Основи зв'язків із громадськістю : навч. посіб. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.
2. Кочубей Л. О. PR у політичній сфері : підручник. Київ : Альтера, 2013. 472 с.
3. Климанська Л. Д. Зв'язки з громадськістю: технології прагматичної комунікації : навч. посіб. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2015. 164 с.
4. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підручник Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. 831 с.

5. Морохова В. О., Здрілюк В. Б., Лорві І. Ф. Паблік рилейшнз : навч. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2016. 208 с.
6. Річ Лі. Міфи про PR. Київ : Кондор, 2020. 272 с.
7. Ромат Є. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс) : навч. посіб. Київ, 2016. 284 с.
8. Слободянюк Є. Шлях до серця виборця. Головна книга до виборчих кампаній. Київ : Альтера, 2019. 250 с.

#### **Допоміжні**

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз : монографія. Київ : МАУП, 2005. 440 с.
2. Зеленін В. Основи міфодизайну : психотехнології керування медіа реальністю. Київ : Академія, 2017. 168 с.
3. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. Київ : Освіта, 1999. 351 с.
4. Зернецька О. В. Нові засоби масової комунікації : соціокультурний аспект. Київ : Наук.думка, 1993. 131 с.
5. Кальна-Дубінюк Т., Буряк Р., Рафальська В. Паблік Рілейшнз для консалтингу : навч. посіб. Ніжин : ПП Лисенко, 2014. 200 с.
6. Королько В. Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика : підручник. Київ : Вид. дім «Скарби», 2001. 400 с.
7. Курбан О. В. Інформаційні війни в соціальних он-лайн мережах. Київ : унт ім. Б.Грінченка, 2017. 392 с.
8. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях : навч. посіб. Київ : Кондор, 2016. 246 с.
9. Мороз О. Нація овочів. Як інформація змінює мислення і поведінку українців. Київ : Yakaboo Publishing, 2020. 288 с.
10. Пітерс Д. Д. Слова на вітрі: Історія ідеї комунікації. Київ : Видавничий дім «КМ Академія», 2004. 302с.
11. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика: навч. посіб. Київ : «Знання», 2008. 663 с.
12. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. Київ : Знання, 2004. 376 с.
13. Прасол Д. В. Основи Паблік Рілейшнз : навч.-метод. посіб. Миколаїв : Вид-во «Арнекс», 2010. 108 с.
14. Прохоренко К. Паблік рилейшнз : навч. посіб. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2008. 232 с.
15. Романовський О. Г., Середа Н. В., Воробйова Є. В. Основи паблік рилейшнз : навчально-методичний посібник для студентів спеціальностей 8.03010201 «Психологія» та 8.18010018 «Адміністративний менеджмент». Харків : НТУ «ХПІ», 2015. 176 с.
16. Шевченко О. В., Яковець А. В. PR: теорія і практикат : підручник. Київ : Бізнесполіграф, 2011. 464 с.
17. Тихомирова Є. Б. Паблік рилейшнз у глобалізованому світі. Київ : Наша культура і наука, 2004. 489 с.
18. Philip Kotler. Kotler On Marketing: How To Create, Win, and Dominate Markets. London. 2010. 643 p
19. Philip Kotler, Veronika Wong, John Saunders. Principles of Marketing. London. 2007. 1199 p.
20. Kotler, Philip. Kevin Lane Keller. Marketing Management, 12th ed. Pearson Prentice Hall. 2009. 814 p.

#### **Інформаційні ресурси**

1. Сайт альманаху «Грані» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.grani.org.ua/>
2. Сайт журналу «Віче» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.viche.info/>
3. Сайт журналу «Нова парадигма» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.novaparadigma.org.ua/>
4. Сайт Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ipiend.gov.ua/>
5. Сайт Українського незалежного центру політичних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ucipr.kiev.ua/>
6. Сайт Українського центру політичного менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.politik.org.ua/>
7. Сайт міжнародного центру перспективних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.icps.kiev.ua/library>