

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ  
ФАКУЛЬТЕТ ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ



КАФЕДРА ГУМАНІТАРНИХ І СОЦІАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**Зв'язки з громадськістю**

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>Зв'язки з громадськістю</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 «Зв'язки з громадськістю» відповідно до структурно-логічної схеми освітньо-професійної програми: «Соціологія», «Мас-медіа та політика», «Політична етика», «Політична психологія».

### **Заплановані результати навчання**

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** ознайомлення здобувачів вищої освіти із специфікою зв'язків з громадськістю як соціально-комунікаційної технології позиціонування суб'єктів соціальної діяльності в суспільстві.

**Основні завдання навчальної дисципліни:** вивчення принципів зв'язків з громадськістю для формування громадської думки, що включає весь комплекс відносин установ, громадських організацій із засобами масової інформації, владними структурами, з різними групами громадськості; розкриття потенційних можливостей використання у професійній діяльності теоретичних і практичних знань і умінь у сфері PR.

<b>Компетентності</b>		<b>Програмні результати навчання</b>
<i>загальні</i>	<i>фахові</i>	
<p>1. Здатність до соціально-політичного осмислення загальних принципів і законів розвитку природи, суспільства та пізнання.</p> <p>2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу фактів, даних та інформації з різних первинних та вторинних джерел.</p> <p>3. Здатність до самовдосконалення, адаптації та дії в нових ситуаціях, креативність.</p> <p>4. Здатність оцінювати соціальну значимість результатів своєї діяльності, бути відповідальним громадянином, усвідомлювати рівні можливості та гендерні проблеми.</p>	<p>1. Здатність застосовувати політологічні поняття, концепції та теорії для інтерпретації суспільно-політичних явищ і процесів відповідно до певного історичного або сучасного контексту.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	<p>1. Встановлювати ефективну ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації: налагоджувати співпрацю, вести ефективну комунікацію із усіма групами громадськості; знати правові та етичні норми PR-діяльності.</p> <p>2. Креативно вирішувати проблемні ситуації, продукувати інноваційні ідеї, самостійно навчатися, планувати й адекватно діяти в умовах колективу: уміти визначати необхідність заходів PR, протидіяти псевдотехнологіям PR.</p> <p>3. Демонструвати громадянську позицію, інтегрованість в сучасне суспільство, направленість на його удосконалення на</p>

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

### Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Історичні етапи становлення та розвитку зв'язків з громадськістю.

Тема 2. Професійно-етичні принципи та норми діяльності фахівців галузі зв'язків з громадськістю.

Тема 3. Організація роботи сфери зв'язків з громадськістю: особливості, форми, їхні переваги та недоліки.

Тема 4. Вплив на громадськість: сутність, форми.

Тема 5. Сутність, особливості розробки та реалізації PR кампаній.

Тема 6. Організація та проведення заходів зв'язків з громадськістю.

Тема 7. Сутність, характеристика етапів реалізації, алгоритм дій фахівців зв'язків з громадськістю в кризових умовах.

Тема 8. Антиманіпулятивні технології в діяльності фахівців галузі зв'язків з громадськістю.

Тема 9. Зв'язки з громадськістю в конфліктних ситуаціях.

Тема 10. Основи психоемоційної регуляції фахівців галузі зв'язків з громадськістю.

### 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, використані 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. Встановлювати ефективну ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації: налагоджувати співпрацю, вести ефективну комунікацію із усіма групами громадськості; знати правові та етичні норми PR-діяльності.	40	40	24	<ul style="list-style-type: none"> <li>опитування на семінарських заняттях</li> <li>розв'язування тестів</li> </ul>

2. Креативно вирішувати проблемні ситуації, продукувати інноваційні ідеї, самостійно навчатися, планувати й адекватно діяти в умовах колективу: уміти визначати необхідність заходів PR, протидіяти псевдотехнологіям PR.	40	40	24	• виконання 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. Історичні етапи становлення та розвитку зв'язків з громадськістю.	6	14	2	10	8
Тема 2. Професійно-етичні принципи та норми діяльності фахівців галузі зв'язків з громадськістю.	-		2		2
Тема 3. Організація роботи сфери зв'язків з громадськістю: особливості, форми, їхні переваги та недоліки.	6		2		8
Тема 4. Вплив на громадськість: сутність, форми.	-		2		2
Тема 5. Сутність, особливості розробки та реалізації PR кампаній.	6		2		8
Тема 6. Організація та проведення заходів зв'язків з громадськістю.	6		2		22
Тема 7. Сутність, характеристика етапів реалізації, алгоритм дій фахівців зв'язків з громадськістю в кризових умовах.	6		2		8
Тема 8. Антиманіпулятивні технології в діяльності фахівців галузі зв'язків з громадськістю.	-		2		2
Тема 9. Зв'язки з громадськістю в конфліктних ситуаціях.	6		2		8
Тема 10. Основи психоемоційної регуляції фахівців галузі зв'язків з громадськістю.	6		2		22
Самостійна робота			10	10	
<b>Разом</b>	<b>42</b>	<b>28</b>	<b>20</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 «ХП», 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>