



ЗАТВЕРДЖУЮ

Декаан факультету менеджменту

(підпис)

(ініціали та прізвище)

«28»

серпня

2024

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

PR менеджмент

(назва навчальної дисципліни)

підготовки бакалавра

денної та заочної форм здобуття освіти

освітньо-професійних програм

«Менеджмент організацій і адміністрування»,

«Менеджмент міжнародного бізнесу»

спеціальності 073 Менеджмент

галузі знань 07 Управління та адміністрування

ВИКЛАДАЧ: Я.С. Дибчинська, доцент кафедри ділової комунікації

Обговорено та ухвалено

на засіданні кафедри

ділової комунікації

Протокол № _____ від “____” _____ 202_ р.

Завідувач кафедри ділової комунікації

(підпис) (ініціали, прізвище)

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми

(підпис) (ініціали, прізвище)

2024 рік



Викладач: . к.ф.н., доцент кафедри ділової комунікації Дибчинська Я.С.

E-mail: shavkun@znu.edu.ua

Телефон: (061) 2894110

Інші засоби зв'язку: Moodle (форум курсу, приватні повідомлення)

Кафедра: ділової комунікації, 6 корпус, ауд. 409

1. Опис навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «PR менеджмент» є отримання студентами базових уявлень про роль зв'язків з громадськістю в сучасному громадянському суспільстві, формування у них уявлення про зв'язок з громадськістю (PR/ паблік рилейшнз) як діяльності, яка регулює соціальні процеси, і як засобу, який розв'язує або пом'якшує соціальні, політичні, економічні кризові ситуації.

Основні завдання вивчення дисципліни полягають в теоретичній та практичній підготовці студентів фаху з питань:

- розуміння ними основних теорій і концепцій паблік рилейшнз;
- природи, джерел формування, основних функцій, моделей, технологій, організації управління та критеріїв ефективності зв'язків з громадськістю;
- володіння ними технологіями зв'язку з громадськістю, плануванням і проведенням PR-кампаній;
- розширення професійного та політичного кругозору, і тим самим підвищення їхньої соціальної і професійної компетентності;
- розуміння ролі і значення комунікативних технологій в забезпеченні і реалізації політичної діяльності та ділової активності.

«PR менеджмент» як компонент освітньо-професійної програм підготовки бакалавра зі спеціальності 073 Менеджмент відповідає таким програмним компетентностям:

ЗК 08 Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 10 Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.

СК 06 Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

СК 07 Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.

СК 08 Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.

СК 09 Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.

«PR менеджмент» як компонент освітньо-професійної програм підготовки бакалавра зі спеціальності 073 Менеджмент забезпечує такі програмні результати навчання (РН):

РН 9. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи.

РН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

РН16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Дисципліна належить до циклу вільного вибору в межах спеціальності і знаходиться в логічному і змістовно-методичному взаємозв'язку з іншими частинами освітньо-професійної програми.

Передує вивченню дисципліни циклу професійної підготовки освітньої програми Історія менеджменту, Теорія організацій, Менеджмент.

Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
Статус дисципліни	Вибіркові компоненти спеціальності	
Семестр	3 -й	3 -й
Кількість кредитів ECTS	3	
Кількість годин	120	
Лекційні заняття	28 год.	14 год.
Практичні заняття	14 год.	4 год.
Самостійна робота	62 год.	82 год.
Консультації	Жуковського, 55 А, 6-й навч. корпус, 4-й поверх, деканат ауд. 407а https://us04web.zoom.us/j/4178151289?pwd=QmZBSG8rRlRQczlYRytWYXVEblRlQT09 Ідентифікатор конференції: 4178151289 Код доступу: 9w43rL	
Вид підсумкового семестрового контролю:	залік	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=3920	

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності/ результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово ЗК 9. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.	словесні (лекція-дискусія, проблемна лекція), наочні (презентація): проблемно-пошукові та репродуктивні методи, індивідуальні та групові методи, імітаційні методи. словесні (лекція-	усне опитування, участь у дискусії, письмове опитування, тестування (питання з множинним вибором) підготовка презентацій, виконання письмових завдань. участь у дискусії, виконання письмових завдань (робота з

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



<p>ЗК 10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК 12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність)</p> <p>ЗК 14. Здатність працювати у міжнародному контексті</p> <p>СК 9. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.</p> <p>СК 11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.</p> <p>СК 14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.</p> <p>РН 9. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи.</p> <p>РН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.</p> <p>РН16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p>	<p>дискусія, пояснення, робота з підручником); метод формування пізнавального інтересу (навчальна дискусія, створення цікавих ситуацій); метод кейсів.</p> <p>проблемно-пошуковий метод, метод формування пізнавального інтересу, практичні методи, логічні методи (індуктивні, дедуктивні).</p> <p>словесні (проблемна лекція, пояснення), наочні (презентація), практичні методи (творчі завдання).</p> <p>словесні (проблемна лекція, пояснення), проблемно-пошукові та репродуктивні методи, метод кейсів;</p> <p>мультимедійні методи, метод кейсів, індивідуальні та групові методи, логічні методи (індуктивні, дедуктивні, створення проблемної ситуації), мозковий штурм,</p> <p>словесні (проблемна лекція), наочні (презентація), практичні методи (творчі завдання), логічні методи (створення проблемної ситуації), проблемно-пошукові та репродуктивні методи;</p> <p>проблемно-пошукові методи, імітаційні методи, метод кейсів, мозковий штурм, індивідуальні та групові методи,</p> <p>словесні (лекція-дискусія, пояснення); метод формування пізнавального інтересу (навчальна дискусія);</p>	<p>джерелами, складання анотацій і реферування статей), розв'язання кейсу, самооцінювання, колегіальне оцінювання;</p> <p>індивідуальне завдання, підготовка презентації, виконання письмових завдань (рецензування доробок колег), самооцінювання;</p> <p>усне опитування, участь у дискусії, виконання письмових завдань, тестування (питання з множинним вибором);</p> <p>участь у дискусії, розв'язання кейсу, перехресне рецензування самооцінювання, колегіальне оцінювання;</p> <p>групове обговорення, участь у дискусії, виконання практичних робіт та індивідуальних завдань, взаємне рецензування; тестування (питання з множинним вибором);</p> <p>колоквіум, виконання практичних письмових завдань, презентація індивідуальних завдань, рецензія на доробки колег, тестування (питання з множинним вибором);</p> <p>участь в діловій грі, участь у дискусії, виконання практичних завдань, розв'язання кейсу, самооцінювання, колегіальне оцінювання;</p> <p>усне опитування, участь у дискусії, виконання практичних робіт та індивідуальних завдань, підготовка презентацій, розв'язання кейсу, тестування (питання з множинним вибором);</p>
--	--	---



	метод кейсів, проблемно-пошукові та репродуктивні методи.	
--	---	--

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Громадськість і громадська думка

Тема 1. Паблік Рилейшнз як наука

Поняття Паблік Рилейшнз. Мета Паблік Рилейшнз як встановлення, підтримка і розвиток контактів організації з громадськістю для виявлення спільних інтересів, досягнення взаємопорозуміння і взаємодії. *Завдання* паблік рилейшнз: а) переконати громадян змінити свою думку з якогось питання, продукту або організації; б) сформувати громадську думку, коли вона відсутня; в) підсилити існуючу громадську думку.

Зв'язок з громадськістю як інститут узгодження інтересів, паритетного управління, солідарного вирішення конфліктів.

Функції Паблік Рилейшнз: управлінська, комунікативна, інформаційна, адміністративно-виробнича.

Принципи Паблік Рилейшнз: а) принцип консенсусу як основний принцип паблік рилейшнз; б) принцип альтернативізму як можливість вибору в умовах конкуренції, невичерпність альтернатив у визначенні мети, пошуку партнерів у спільній діяльності, у використанні різних засобів досягнення мети; в) принцип технологічності як цілісна сукупність прийомів, методів, форм, процедур діяльності, які забезпечують ефективність зв'язків з громадськістю.

Інституалізація Паблік Рилейшнз. Основні структури паблік рилейшнз: управління (відділи) по зв'язках з громадськістю, інформаційно-аналітичні відділи, прес-служби, PR-агенти, PR-фірми, консультативні фірми тощо.

Принципи ефективної діяльності інститутів Паблік Рилейшнз: а) системність; б) адекватність; в) принцип «гнучких технологій».

Технологія Паблік Рилейшнз як обумовлена метою і об'єктом впливу сукупність методів, прийомів і процедур PR-діяльності, яка забезпечує досягнення поставленої мети.

Типові та індивідуальні технології. Класифікація технологій: а) за характером використання засобів (письмова, усна, візуальна); б) за типом організації груп поведінки; в) за ступенем масовості PR-акції; г) за особливостями сценарних розробок; д) за специфікою управління «спеціальними організованими заходами».

Презентація як типова технологічна модель PR. Привід для презентації. Основні етапи презентації. Розробка сценарію та підготовка промоутерів. Урочистості та звітність як етапи презентації.

Тема 2 . Громадськість в сфері Паблік Рилейшнз



Поняття «громадськість». Громадськість і аудиторія: спільне, відмінне. Аудиторія пасивна і аудиторія активна. Фактори перетворення пасивної аудиторії в активну за теорією Д.Грунінга: а) усвідомлення проблеми; б) усвідомлення обмежень; в) рівень включення в проблемну ситуацію.

Громадськість як активна аудиторія, як соціальне утворення, яке в певний момент об'єднує всіх тих, кого зачіпає та чи інша проблема, і метою яких є пошук шляхів її вирішення.

Групи громадськості та їх типологія. Зовнішня та внутрішня громадськість: поняття, зміст, загальні характеристики.

Типологія груп громадськості за теорією Д.Гендріксона: а) працівники засобів масової інформації; б) громадськість власне організації; в) місцеве населення; г) інвестори; д) державні органи; е) споживачі; є) громадськість груп особливих інтересів.

Типологія груп громадськості за теорією Д.Грунінга: а) громадськість, яка реагує на всі проблеми; б) байдужа громадськість; в) громадськість навколо однієї проблеми; г) громадськість навколо проблеми, що загострилась.

Типологія груп на основі значущості групи для організації: а) головна, другорядна, маргінальна; б) традиційна і майбутня; в) прибічники, опоненти, байдужі.

Психографічний підхід до типології груп громадськості та його особливості.

Приоритетні групи громадськості та основні критерії їх визначення: географічний, демографічний, психографічний, з урахуванням прихованої влади, з урахуванням статусу, з урахуванням реакції, з урахуванням членства, з урахуванням ролі в прийнятті рішень.

Цільова група громадськості як соціальна спільність, реальні і потенційні інтереси якої кореспондуються з предметом PR. Цільові групи громадськості та особливості їх типології.

Тема3. Громадська думка в сфері Паблік Рилейшнз

Поняття громадська думка. Сутність громадської думки. Формування та вивчення громадської думки. Об'єкт та предмет громадської думки.

Основні ознаки громадської думки: а) направленість думки як якісне відображення оцінки проблеми, ставлення до неї у вигляді судження типу «позитивно – негативно – байдуже», «за – проти – не визначився», «за – проти – за умови», найбільш узагальнено «так - ні»; б) інтенсивність думки як показник того, яку силу має думка незалежно від її направленості; в) стабільність думки як фіксування часу впродовж якого громадськість виявляє одну і ту ж направленість та інтенсивність думки; г) інформаційна насиченість думки, яка розкриває обсяг знань, яким володіють люди стосовно предмета думки; д) соціальна підтримка як свідчення впевненості людей, що їхню думку поділяють представники соціального середовища.



Психологічні механізми формування громадської думки. Установки та їх значення. Установки позитивні, негативні, нейтральні (як відсутність установки). Орієнтація і коорієнтація. Основні фактори формування індивідуальної орієнтації: особистісні, культурні, освітні, сімейні, релігійні, соціально-класові, національні.

Вплив на установки. Мотивація зміни установки.

Вивчення громадської думки. Основні методи та їх характеристика. Соціологічне дослідження як основний метод вивчення громадської думки.

Тема 4 . Комунікація і вплив на громадськість

Поняття «комунікація». Комунікація як процес обміну повідомленнями. Мета комунікації: інформування, переконання, інструктаж.

Поняття «інформування» в паблік рилейшнз. Основні риси інформування: а) привернути увагу до повідомлення; б) досягти сприйняття повідомлення, його інтерпретації в попередньо визначеному вигляді; в) добитись збереження інформації для подальшого користування. *Механізми управління інформацією:* а) формування власного інформаційного потоку; б) сегментування інформаційного потоку; г) маніпулювання інформацією; д) пріоритетне постачання інформації; е) інформаційне партнерство; є) оптимізація стилю і форми подавання інформації.

Прийоми конструювання інформації: прив'язування до круглої дати, придумування свят, залучення важливих людей, перетворення проблеми на суспільно значущу, інтрига, скандал.

Поняття «переконання» в паблік рилейшнз. Основною рисою переконання є сприйняття зміни як готовності до дії у відповідності з бажаннями і точкою зору відправника повідомлення.

Поняття «інструктаж» в паблік рилейшнз. Основна риса інструктажу стимулювання активного навчання і практичної діяльності.

Процес комунікації і його елементи: а) відправник (джерело) повідомлення; б) кодування інформації; в) повідомлення як зміст інформації; г) декодування інформації; д) отримувач (адресат) повідомлення; е) зміст взаємовідносин; є) інтимність і схожість; і) безпосередність і симпатія; к) домінування-підпорядкування, л) соціальне оточення. *Вплив на громадськість.* Сила переконання. Вплив на громадську думку. Пропагандистські прийоми: навішування ярликів, яскраві повідомлення, зміщення акцентів, підтасовка фактів, замовчування важливих деталей, свідчення, емоційні стереотипи тощо.

Змістовний модуль II. Паблік Рилейшнз в дії

Тема 5. Управління процесом Паблік Рилейшнз

Теорія управління Паблік Рилейшнз. Складові процесу управління Паблік Рилейшнз. Етапи процесу управління Паблік Рилейшнз та їх загальна характеристика.



Змістовне наповнення першого етапу процесу Паблік Рилейшнз: визначення проблеми PR, формулювання проблеми, аналіз і оцінка ситуації, дослідницька робота і її методи.

Другий етап Паблік Рилейшнз і його змістовне наповнення: планування і програмування. Визначення місії, цілей і задач, цільових аудиторій, планування бюджету, інвентаризація наявних ресурсів, бюджет кампанії.

Третій етап – це діяльність і комунікація (діяльнісна і комунікативна складові): акції і спеціальні події, формулювання ключових повідомлень, використання контрольованих і неконтрольованих засобів масової інформації. Надійність джерел інформації.

Четвертий етап передбачає оцінку програми, яка включає: підготовку критеріїв оцінки PR-кампанії в частинах її підготовки, реалізації і результату, оцінку реалізації задуму, інтерпретацію результату оцінки PR-програми.

Тема 6. Паблік Рилейшнз в кризових ситуаціях

Поняття і терміни антикризової паблік рилейшнз. Внутрішній антикризовий PR. Зовнішній антикризовий PR.

Принципи антикризового PR: упередження, терміновості, чесності. Принцип відмови від «страусиної політики» в антикризовому PR.

Можливість і необхідність планування антикризового паблік рилейшнз. *Етапи антикризового паблік рилейшнз*: прогнозування, планування, підготовка заходів антикризового PR. Упередження, нейтралізація кризи, після кризові заходи. Зміст різних етапів антикризового паблік рилейшнз.

Прогнозування і планування антикризового Паблік Рилейшнз на основі ранжування переліку ризику в організації. Зміст планів антикризового паблік рилейшнз. Повідомлення і його планування в часі, різним адресатам (зацікавленим особам), різним інформаційним каналам, шаблони повідомлення.

Розподіл обов'язків при реалізації заходів антикризового Паблік Рилейшнз.

Тема 7. Регулятивні аспекти PR-технологій (лобіювання, виборча кампанія)

Поняття «лобіювання»: суть, легітимність, практика. Правові основи лобіювання. Зміст роботи лобістів. Підготовка до лобіювання. Лобіювання безпосереднє або пряме і лобіювання опосередковане або непряме. *Методи лобіювання. Прямі прийоми лобіювання*: а) приватні зустрічі з законодавцями; б) проведення досліджень і підготовка презентацій перед законодавцями; в) присутність і виступи на слуханнях; г) надання професійних порад, допомоги в підготовці законопроектів; д) запрошення законодавців на всілякі зустрічі; е) внесення грошей на виборчі кампанії.

Непрямі методи лобіювання включають: а) вплив громадськості; б) опитування населення, в) залучення виборців; г) об'єднання всіляких груп, які зацікавлені в даному законі.

Поняття «масова кампанія». Типи масових кампаній, їх принципи і мета. Складові масової кампанії: а) оцінка ситуації; б) постановка мети і завдань; в)



визначення цільової аудиторії; г) формулювання ключових повідомлень; д) планування бюджету кампанії; е) бюджет кампанії; є) робота з засобами масової інформації; ж) реалізація задуму; з) оцінка результату.

Особливості виборчої кампанії. Загальні принципи організації виборчої кампанії. Кандидат як суб'єкт виборчої кампанії. Підготовка кандидата. Штатний персонал виборчої кампанії та його особливості.

Організаційна схема виборчої кампанії. Спеціальні заходи в ході виборчої кампанії. Види і форми спеціальних заходів. Технологія організації спеціальних подій, прийомів, конференцій, виставок, конкурсів, «круглих столів», «днів відкритих дверей», присудження премій, нагородження, презентація. Інформаційне, організаційне і матеріально-технічне забезпечення події. Оцінка ефективності проведених заходів. Кампанія «від дверей до дверей». Кампанія з активізації явки на вибори.

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття /роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
Лекція	Тема І. Паблік Рилейшнз як наука	2	1	
Практичне заняття	Тема І. Паблік Рилейшнз як наука	1		
Самостійна робота	Тема І. Паблік Рилейшнз як наука	5	8	
Лекція	Тема І. Паблік Рилейшнз як наука	2	1	
Практичне заняття	Тема І. Паблік Рилейшнз як наука	1		
Самостійна робота	Тема І. Паблік Рилейшнз як наука	5	8	
Лекція	Тема 2 . Громадськість в сфері Паблік Рилейшнз	2	2	
Практичне заняття	Тема 2 . Громадськість в сфері Паблік Рилейшнз	1		
Самостійна робота	Тема 2 . Громадськість в сфері Паблік Рилейшнз	5	8	
Лекція	Тема 2 . Громадськість в сфері Паблік Рилейшнз	2		
Практичне заняття	Тема 2 . Громадськість в сфері Паблік Рилейшнз	1		
Самостійна робота	Тема 2 . Громадськість в сфері Паблік Рилейшнз	5	8	
Лекція	Тема3. Громадська думка в сфері Паблік Рилейшнз	2		

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



Практичне заняття	Тема3. Громадська думка в сфері Паблік Рилейшнз	1		
Самостійна робота	Тема3. Громадська думка в сфері Паблік Рилейшнз	5	8	
Лекція	Тема3. Громадська думка в сфері Паблік Рилейшнз	2		
Практичне заняття	Тема3. Громадська думка в сфері Паблік Рилейшнз	1		
Самостійна робота	Тема3. Громадська думка в сфері Паблік Рилейшнз	5	8	
Лекція	Тема 4 . Комунікація і вплив на громадськість	2		
Практичне заняття	Тема 4 . Комунікація і вплив на громадськість	1		
Самостійна робота	Тема 4 . Комунікація і вплив на громадськість	6	8	
Лекція	Тема 4 . Комунікація і вплив на громадськість			
Практичне заняття	Тема 4 . Комунікація і вплив на громадськість			
Самостійна робота	Тема 4 . Комунікація і вплив на громадськість			
Лекція	Тема 4 . Комунікація і вплив на громадськість	2		
Практичне заняття	Тема 4 . Комунікація і вплив на громадськість	1	1	
Самостійна робота	Тема 4 . Комунікація і вплив на громадськість	6	8	
Лекція	Тема 5. Управління процесом Паблік Рилейшнз	2		
Практичне заняття	Тема 5. Управління процесом Паблік Рилейшнз	1	1	
Самостійна робота	Тема 5. Управління процесом Паблік Рилейшнз	6	8	
Лекція	Тема 5. Управління процесом Паблік Рилейшнз	2		
Практичне заняття	Тема 5. Управління процесом Паблік Рилейшнз	1	1	
Самостійна робота	Тема 5. Управління процесом Паблік Рилейшнз	6	8	
Лекція	Тема 6. Паблік Рилейшнз в кризових ситуаціях	2		
Практичне заняття	Тема 6. Паблік Рилейшнз в кризових ситуаціях	1	1	

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



Самостійна робота	Тема 6. Паблік Рилейшнз в кризових ситуаціях	6	8	
Лекція	Тема 6. Паблік Рилейшнз в кризових ситуаціях	2		
Практичне заняття	Тема 6. Паблік Рилейшнз в кризових ситуаціях	1	1	
Самостійна робота	Тема 6. Паблік Рилейшнз в кризових ситуаціях	6	8	
Лекція	Тема 7. Регулятивні аспекти PR-технологій (лобіювання, виборча кампанія)	2		
Практичне заняття	Тема 7. Регулятивні аспекти PR-технологій (лобіювання, виборча кампанія)	1	1	
Самостійна робота	Тема 7. Регулятивні аспекти PR-технологій (лобіювання, виборча кампанія)	6	8	
Лекція	Тема 7. Регулятивні аспекти PR-технологій (лобіювання, виборча кампанія)	2	2	
Практичне заняття	Тема 7. Регулятивні аспекти PR-технологій (лобіювання, виборча кампанія)	1		
Самостійна робота	Тема 7. Регулятивні аспекти PR-технологій (лобіювання, виборча кампанія)	6	8	
Разом		120	120	

5. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття/роботи		Вид поточного контрольного заходу	Зміст контрольного заходу*	Критерії оцінювання та термін виконання*	Усього балів
1		2	3	4	5
Поточний контроль					
Змістовий модуль 1	Практичне заняття №1	Опитування, практичні завдання, ситуаційна задача	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	10
		Атестаційний тест 1			5
Змістовий модуль 2	Практичне заняття №2	Опитування, практичні завдання, ситуаційна задача	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	15
	Практичне заняття №3	Опитування, практичні завдання, ситуаційна задача	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	
	Практичне заняття №4	Атестаційний тест 2			5

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



Змістовий модуль 3	Практичне заняття №5	Опитування, практичні завдання, ситуаційна задача	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	5
		Опитування, практичні завдання, ситуаційна задача			5
Змістовий модуль 4	Практичне заняття №6 Практичне заняття №7	Опитування, практичні завдання, ситуаційна задача	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	10
		Атестаційний тест 4			5
Усього поточний контроль					60
Підсумковий контроль					
екзамен		Підсумковий тест	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	20
		Індивідуальна робота	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	10
		Захист індивідуальної роботи	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	10
Усього підсумковий контроль					40

Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом)		

6. Рекомендована література

Основна:

1. *Королько В.Г.* Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 2-ге вид. доп. - К.: Видавничий дім «Скарби», 2001 – 400с.
2. *Почепцов Г.Г.* Паблік рилейшнз: Навч. посіб. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Т-во «Знання», 2006. – 327с.

Додаткова

3. *Слісаренко І.Ю.* Паблік рилейшнз в системі комунікації і управління: навчальний посібник. – К.: МАУП, 2020. – 104с.
4. *Сучасний виборчий PR:* Навчальний посібник / В.В.Лісничий, В.О.Грищенко, В.М.Іванов та інші. -2-ге видання, перероб. та доповнене.- К.: Видавничий дім «Професіонал», 2019. – 384с.



Інформаційні ресурси

1. Global Responsible Leadership Initiative [Електронний ресурс] URL: www.grli.org
2. European Academy for Business and Society — EABIS [Електронний ресурс] URL: www.eabis.org
3. European Business Ethics Network — EBEN [Електронний ресурс] URL: www.eben-net.org
4. International Centre for Corporate Social Responsibility (ICCSR) [Електронний ресурс] URL: www.nottingham.ac.uk/business/ICCSR
5. AccountAbility The Institute of Social and Ethical Accountability [Електронний ресурс] URL: www.accountability21.net
6. Boston College Center for Corporate Citizenship [Електронний ресурс] URL: <http://www.bccccc.net/>
7. BRASS –The ESRC Centre for Business Relationships, Accountability, Sustainability and Society. [Електронний ресурс] URL: www.brass.cf.ac.uk
8. Business and Human Rights [Електронний ресурс] URL: www.business-humanrights.org
9. Business Ethics Magazine — magazine of Social Responsibility [Електронний ресурс] URL: www.business-ethics.com
10. Business for Social Responsibility [Електронний ресурс] URL: www.bsr.org
11. Business In The Community [Електронний ресурс] URL: www.bitc.org.uk
12. Global Reporting Initiative [Електронний ресурс] URL: www.globalreporting.org
13. Harvard University, Kennedy School of Government, CSR Initiative [Електронний ресурс] URL: <http://www.ksg.harvard.edu/cbg/CSRI>

7. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Відвідування усіх занять є обов'язковим. У який спосіб і у які терміни здійснюється відпрацювання пропущених занять?

Політика академічної доброчесності

Які заходи перевірки на плагіат будуть вжиті викладачем? Які санкції будуть застосовані до здобувачів, що вдалися до списування, плагіату чи інших проявів недоброчесної поведінки? Проінформувати та надати приклади, як необхідно оформлювати цитування, посилаючись на авторів запозичених фото, ілюстрацій тощо.

Визнання результатів неформальної/інформальної освіти

Прописати процедуру врахування результатів, отриманих здобувачем за рахунок неформальної/інформальної освіти.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2024-2025 н. р. доступний за адресою: <https://tinyurl.com/yckze4jd>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методiku проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.



ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9pkmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ycds57la>.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/57wha734>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога **Марті Ірини Вадимівни** (061) 228-15-84, (099) 253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ
Запорізького національного університету: **Банах Віктор Аркадійович**
Електронна адреса:
Гаряча лінія: Тел.

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок-п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE):
<https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: moodle.znu@znu.edu.ua.

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу.

Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ: <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Силабус навчальної дисципліни



ЦЕНТР НІМЕЦЬКОЇ МОВИ, ПАРТНЕР ГЕТЕ-ІНСТИТУТУ:
<https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim>
ШКОЛА КОНФУЦІЯ (ВИВЧЕННЯ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ):
<http://sites.znu.edu.ua/confucius>