

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету журналістики
В. В. Костюк

«31» серпня 2023



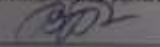
**ПР-КОМУНІКАЦІЇ В КОНТЕКСТІ СТАНОВЛЕННЯ
ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА
РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

підготовки магістра
очної (денної) форм здобуття освіти
спеціальності 061 Журналістика
освітньо-професійна програма «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Укладачка: Березенко В.В., д.п. із соц. ком., професор


Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри соціальних
комунікацій та інформаційної діяльності

Протокол № 1 від "30" серпня 2023 р.
Завідувач кафедри соціальних комунікацій
та інформаційної діяльності


В. В. Березенко


Ухвалено науково-методичною радою
факультету журналістики

Протокол № 1 від "31" серпня 2023 р.
Голова науково-методичної ради
факультету журналістики


Н. В. Романюк

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми


В.В. Березенко

2023 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, рівень вищої освіти,	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 061 – «Журналістика»	Нормативна	
Загальна кількість годин - 90	Спеціальність 061 – «Журналістика» Освітня програма «Реклама та зв'язки з громадськістю»	Рік підготовки:	
		1-й	1-й
	Лекції		
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 год.	Рівень вищої освіти: магістерський	6 год.	2 год.
		Практичні, семінарські	
		10 год.	6 год.
		Самостійна робота	
		74 год.	82 год.
		Вид контролю: залік	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «ІР-комунікації в контексті становлення громадянського суспільства» є розгляд зв'язків з громадськістю як інформаційно-комунікативної системи, яка переводить демократію з рівня культурної цінності на рівень практичного забезпечення інтересів різних соціальних груп та організацій і утворює ефективний механізм реалізації завдань побудови відкритого суспільства через посередництво комунікацій з громадськістю. Такі завдання спрямовані на встановлення в громадянському суспільстві гармонійних відносин між соціально-організованими суб'єктами та різними колами громадськості.

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- ознайомити студентів з особливостями формування відкритого суспільства, з нормативною компонентою транспарентності, з інституційною базою транспарентності, з місцем і статусом зв'язків з громадськістю в сучасному суспільстві;
- навчити студентів реалізовувати соціально-відповідальні завдання для професіоналів у галузі комунікацій з громадськістю: виробництву нових змістів; розвитку нових форм комунікації, що забезпечують сприйняття цих змістів суспільством; впровадженню нових стилів і практик життя;
- правильно орієнтуватися в організаційній структурі та завданнях владних комунікацій з громадськістю, враховувати особливості політичних комунікацій в громадянському суспільстві.
- ефективно застосовувати модель комунікацій з громадськістю в політичній сфері та планувати шляхи здійснення політичних комунікацій в умовах гібридних війн;

- набути навичок реалізації технологій владних комунікацій з громадськістю у громадянському суспільстві;
- навчити студентів принципів ведення комунікативної політики в умовах розвитку громадянського суспільства (принципам громадянської згоди, консенсусу послідовності, активного просування демократичних цінностей).

У результаті вивчення курсу студенти повинні **знати:**

- місце і статус зв'язків з громадськістю в сучасному громадянському суспільстві;
- основи діяльності по зв'язках з громадськістю в громадянському суспільстві;
- засади планування та організація ПР-заходів з метою підвищення прозорості держави;
- принципи впровадження політичних ПР-комунікацій в умовах гібридних війн;

уміти:

- орієнтуватися в організації роботи по зв'язках з громадськістю в громадянському суспільстві;
 - ефективно застосовувати модель комунікацій з громадськістю в політичній сфері;
 - планувати шляхи здійснення політичних комунікацій в умовах гібридних війн;
 - кваліфіковано реалізовувати технології владних комунікацій з громадськістю у громадянському суспільстві;
 - впроваджувати принципи ведення комунікативної політики в умовах розвитку громадянського суспільства;
 - користуватися теоретичним та практичним інструментарієм в процесі створення та аналізу ПР- матеріалу;
 - застосовувати надбані знання в сфері професійної діяльності.
- Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких **компетентностей:**
- на практиці застосовувати набуті теоретичні знання та практичні навички з публік рилейшнз;
 - правильно визначати цілі та завдання роботи по зв'язках з громадськістю для владних структур, державних та недержавних інституцій та бізнесових установ та громадськості;
 - застосовувати сучасні наукові та практичні розробки та концепції при аналізі комунікаційної політики в умовах становлення громадянського суспільства;
 - використовувати основні положення теорії та практики ПР під час застосування ПР-технологій з метою забезпечення високого рівня довіри та взаєморозуміння між різними соціальними суб'єктами.

Міждисциплінарні зв'язки: при викладанні курсу «ПР-комунікації в контексті становлення громадянського суспільства» необхідно враховувати його зв'язки з дисципліною «Теорія та історія зв'язків з громадськістю» (сучасні наукові розробки в галузі публік рилейшнз, аналіз наукових підходів до аналізу сучасних процесів в сфері ПР), «Теорія та історія соціальних комунікацій» (функції соціальної комунікації, засоби соціальної комунікації, історія розвитку соціальних комунікацій, становлення соціально-комунікаційної системи, формування соціально-комунікаційних інститутів), «Інформаційна політика та безпека» (функціонування сучасних засобів масової інформації як найважливішого складника комунікаційної системи країни, реалії інформаційної політики у контексті національної безпеки), «Психологія мас» (особливості поведінки і мислення великої групи людей, що мають спільність поглядів і почуттів, специфіка масової комунікації), ««Практикум з ПР в бізнесовій сфері»» (ПР-підтримка гуманізації бізнесу) та ін.

3. Програма навчальної дисципліни

Розділ 1. Роль комунікацій з громадськістю у побудові громадянського суспільства.

Тема 1. Комунікації з громадськістю в громадянському суспільстві.

Поняття «громадянське суспільство». Історія розвитку ідеї громадянського суспільства. Аспекти громадянського суспільства. Атрибути та ознаки громадянського суспільства. Роль зв'язків з громадськістю у формування громадянського суспільства.

Тема 2. Інституції громадянського суспільства та організація ними зв'язків з громадськістю

Інституції громадянського суспільства. Умови життєздатності, рівні сформованості та принципи громадянського суспільства. Функції громадянського суспільства. Реалізація комунікативної функції. Структура громадянського суспільства. Місце зв'язків громадськістю в його структурі. Громадянське суспільство в Україні.

Тема 3. Неурядові організації, соціальний маркетинг та зв'язки з громадськістю в громадянському суспільстві

Відмінність між неурядовими та комерційними організаціями. Зв'язок між неурядовими організаціями і PR. Особливості зв'язків із громадськістю в неурядових організаціях. Моделі соціальних практик комунікацій з громадськістю в неурядових організаціях.

Розділ 2. Зв'язок громадянського суспільства з державою

Тема 4. Держава і громадянське суспільство: аспекти взаємовідносин

Громадянське суспільство як сукупність різноманітних форм соціальної активності населення. Зв'язок громадянського суспільства з державою. Комунікації з громадськістю. Законодавчі основи регулювання діяльності громадянського суспільства в Україні.

Тема 5. Зв'язки з громадськістю в умовах сучасного політичного процесу побудови громадянського суспільства в Україні

Зв'язки з громадськістю в Україні як один з чинників політичного процесу. Сучасний стан політичних зв'язків з громадськістю. Оновні принципи політичних зв'язків з громадськістю в громадянському суспільстві. Форми взаємодії органів державної влади та громадянського суспільства. Співвідношення зв'язків з громадськістю та ЗМІ. Особливості зв'язків з громадськістю в умовах сучасного інформаційного суспільства: проблеми та протиріччя.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви тематичних розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	с/п	лаб	сам.роб.			л	с/п	лаб	сам.роб.	
					інд.завд. (при наявності)						інд.завд. (при наявності)	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Розділ 1. Роль комунікацій з громадськістю у побудові громадянського суспільства.												
Тема 1. Комунікації з громадськістю в громадянському суспільстві	18	2	2		10	4	22	2	2		14	4

суспільстві.												
Тема 2. Інституції громадянськ ого суспільства та організація ними зв'язків з громадськіст ю	20	2	2		12	4	18		2		12	4
Тема 3. Неурядові організації, соціальний маркетинг та зв'язки з громадськіст ю в громадянськ ому суспільстві	18		2		12	4	20				16	4
Разом за розділом 1	56	4	6		34	12	60	2	4		42	12
Розділ 2. Зв'язок громадянського суспільства з державою												
Тема 4. Держава і громадянськ е суспільство: аспекти взаємовіднос ин	16		2		10	4	14				10	4
Тема 5. Зв'язки з громадськіст ю в умовах сучасного політичного процесу побудови громадянськ ого суспільства в Україні	18	2	2		10	4	16		2		10	4
Разом за розділом 2	34	2	4		20	8	30		2		20	8
Усього годин	90	6	10		54	20	90	2	6		62	20

1. Темы лекційних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1.	Комунікації з громадськістю в громадянському суспільстві.	2	2
2.	Інституції громадянського суспільства та організація ними зв'язків з громадськістю	2	-
3.	Неурядові організації, соціальний маркетинг та зв'язки з громадськістю в громадянському суспільстві	-	-
4.	Держава і громадянське суспільство: аспекти взаємовідносин	-	-
5.	Зв'язки з громадськістю в умовах сучасного політичного процесу побудови громадянського суспільства в Україні	2	-
	Разом	6	2

2. Темы практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1.	Комунікації з громадськістю в громадянському суспільстві.	2	2
2.	Інституції громадянського суспільства та організація ними зв'язків з громадськістю	2	2
3.	Неурядові організації, соціальний маркетинг та зв'язки з громадськістю в громадянському суспільстві	2	-
4.	Держава і громадянське суспільство: аспекти взаємовідносин	2	-
5.	Зв'язки з громадськістю в умовах сучасного політичного процесу побудови громадянського суспільства в Україні	2	2
	Разом	10	6

7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1.	Комунікації з громадськістю в громадянському суспільстві.	14	18
2.	Інституції громадянського суспільства та організація ними зв'язків з громадськістю	16	16
3.	Неурядові організації, соціальний маркетинг та зв'язки з громадськістю в громадянському суспільстві	16	20
4.	Держава і громадянське суспільство: аспекти взаємовідносин	14	14
5.	Зв'язки з громадськістю в умовах сучасного політичного процесу побудови громадянського суспільства в Україні	14	14
	Разом	74	82

Індивідуальні і практичні завдання

Індивідуальні завдання передбачають аналіз наукових статей з фаху провідних українських учених, що присвячені розгляду проблем становлення громадянського суспільства та ролі публік рилейшнз в його побудові, підготовку письмових доповідей та рефератів з

актуальних питань з теми, підготовку PR-проекту з проблематики поширення знань про ознаки громадянського суспільства.

8. Види контролю і система накопичення балів

№	Вид контрольного заходу / кількість контрольних заходів/ кількість балів	Кількість контрольних заходів	Кількість балів	Усього балів
1	Підготовка завдання самостійної творчої роботи. Термін виконання – у межах підготовки до практичних занять	14	2	28
2	Презентація й обговорення самостійного творчого завдання на практичному занятті	14	1	14
3	Самостійне проходження тесту за матеріалом Розділу 1 у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ (за умови виконання тесту не менше ніж на 85%. Кількість спроб враховується. Час не обмежено.	1	6	6
4	Контрольне тестування за результатами вивчення матеріалу Розділу 1 (проводиться по завершенню вивчення Теми 3 на вибір викладача: в письмовому або електронному вигляді).	1	6	6
5	Самостійне проходження тесту за матеріалом Розділу 2 в системі електронного забезпечення навчання ЗНУ (за умови виконання тесту не менш ніж на 85%. Кількість спроб враховується. Час не обмежено.	1	6	6
6	індивідуальне практичне завдання	1	20	20
	контрольне тестування за вивченим матеріалом курсу (проводиться по завершенню вивчення курсу на вибір викладача: в письмовому або електронному вигляді).		20	20
Усього		32	100	100

1. Виконання завдання самостійної роботи. Презентація завдання. Цей вид контролю передбачає виконання завдань самостійної роботи. Максимальну кількість балів (**2 бали**) студент отримує за обізнаність у темі, демонстрацію практичних навичок, орієнтацію в останніх наукових дослідженнях з теми, наведення влучних прикладів. Завдання повинно

характеризуватися змістовним, логічним викладом матеріалу і супроводжуватися електронною презентацією або наочними матеріалами (аудіо, відео).

2. Презентація завдання самостійної роботи. Цей вид контролю передбачає перевірку виконання завдання самостійної роботи через його презентацію та обговорення на занятті. Максимальну кількість балів (**1 бал**) студент отримує за презентацію завдання самостійної роботи та активну участь в обговореннях і дискусіях.

Бали не виставляються за відсутність виконаних завдань і вправ та бездіяльність під час заняття.

3. Самостійне проходження тесту за матеріалом Розділу 1 у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ (за умови виконання тесту не менше ніж на 85%). Кількість спроб не враховується. Час не обмежено.

5 балів виставляється за умови виконання тесту не менше ніж на 85%.

4 бали виставляється за умови виконання тесту не менше ніж на 70%.

3 бали виставляється за умови виконання тесту не менше ніж на 60%.

2 бали виставляється за умови виконання тесту не менше ніж на 50%.

1 бал виставляється за умови виконання тесту не менше ніж на 35%.

Бали не виставляються за умови виконання тесту менше ніж на 35%.

4. Контрольне тестування за результатами вивчення матеріалу Розділу. Цей вид контролю передбачає тестування в письмовій або електронній формі. 1 бал відповідає 1 правильній відповіді на питання тесту.

5. Самостійне проходження тесту за матеріалом Розділу 2 в системі електронного забезпечення навчання ЗНУ (за умови виконання тесту не менш ніж на 85%). Кількість спроб не враховується. Час не обмежено.

5 балів виставляється за умови виконання тесту не менше ніж на 85%.

4 бали виставляється за умови виконання тесту не менше ніж на 70%.

3 бали виставляється за умови виконання тесту не менше ніж на 60%.

2 бали виставляється за умови виконання тесту не менше ніж на 50%.

1 бал виставляється за умови виконання тесту не менше ніж на 35%.

Бали не виставляються за умови виконання тесту менше ніж на 35%.

6. Індивідуальне практичне завдання є підготовкою PR-проекту з проблематики поширення знань про ознаки громадянського суспільства і оцінюється таким чином:

20 балів виставляється за відмінне виконання завдання, оригінальність ідеї, творчий підхід, якісний текст і візуальний ряд, логічний виступ без мовних огріхів. У презентацію входить успішний захист індивідуального завдання.

15 балів виставляється за виконане завдання, але з певними зауваженнями щодо якості тексту і зображення, оригінальність ідеї, підготовлений виступ, в якому трапляються мовні огріхи. Під час захисту допускаються неточності.

10 балів виставляється за неповне виконання завдання, шаблонний підхід, неоригінальність ідеї, неякісне її втілення. У тексті наявні помилки, відеоряд має значні недоліки, зображення не відповідає тексту, у мовленні наявні помилки.

Бали не виставляються у разі повної відсутності індивідуального творчого завдання.

7.Контрольне тестування за вивченням матеріалу курсу проводиться по завершенню вивчення курсу на вибір викладача: в письмовому або електронному вигляді. 1 бал відповідає 1 правильній відповіді на питання тесту (максимум 20балів).

8. Залік виставляється за результатами захисту ІДЗ та контрольного тестування.
(max 40 балів):

Теоретичний підсумковий контроль – 2 тести по 10 балів кожен (за 1й і 2й півсеместри, проводиться онлайн на платформі Moodle) (max 20 балів).

Захист групового творчого проєкту або індивідуального дослідницького завдання (max 20 балів) здійснюється на заліковому тижні. Публічний захист є обов'язковою вимогою для зарахування результатів за даними видами робіт.

Кількість учасників у групі: 5-7 осіб.

Для запису на груповий творчий проєкт слід впродовж перших двох тижнів семестру подати заявку із зазначенням обраної теми проєкту, прізвищ та функцій виконавців, контактних даних керівника проєкту за посиланням:

Індивідуальне дослідницьке завдання (ІДЗ) варто обрати тим, хто володіє базовими методами ведення наукових досліджень і прагне поглибити власні знання з теорії реклами та опанувати сучасні методи аналізу рекламного дискурсу.

Тема ІДЗ обирається впродовж перших двох тижнів семестру з переліку запропонованих тем. Результати ІДЗ можуть стати основою для доповідей на студентських науково-практичних конференціях.

Шкала оцінювання: 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)		

9. Рекомендована література

Основна:

1. Балабанова Л. В. Паблік рилейшнз [Текст] : навч. посібник реком. МОНУ / Людмила Веніамінівна Балабанова, Катерина Вячеславівна Савельєва. – К. : ВД "Професіонал", 2008. – 528 с.
2. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз / Валерій Михайлович Бебик. – К. : МАУП, 2005. – 440 с.
3. Березенко В. PR в Україні: наукове осмислення феномену: монографія / В. В. Березенко. — К.: Академія Української Преси, 2013. – 388с.
4. Коник Д. Комунікаційні моделі оптимізації соціальних ризиків (PR-технології) // Чорнобиль і соціум. – Вип. 10. – К.: ПЦ "Фоліант", 2004. – С. 95-108.
5. Коник Д.Л. Третій сектор та соціальні практики // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. Науково-практичний збірник. – 2005. – № 4 (32). – С. 38-45.

6. Королько, В. Г. Паблік рилейшнз: Наукові основи, методика, практика: Підручник / Валентин Григорович Королько. – 2-е вид. доп. – К.: Видавничий дім "Скарби", 2001. – 400с.
7. Руденко О.І. Особливості функціонування зв'язків з громадськістю в органах державної влади / О.І. Руденко // Політологічний вісник: зб. наук. пр. - К., 2011. - Вип. 56. - С. 306-312.
8. Руденко О.І. Роль сучасних політичних PR-технологій у формуванні нових принципів взаємодії влади і суспільства / О.І. Руденко // Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації. - К., 2013. - № 2. - С. 143-146.

Додаткова:

1. Ільченко І. О. Інституціоналізація підготовки спеціалістів паблік рилейшнз в Україні / І. О. Ільченко // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н.Каразіна. Сер.: Соціологія. – 2001. – №511, Вип.12. – С.136-139.
2. Моисеев, В. А. Паблік рилейшнз-средство социальной коммуникации (теория и практика) / Вячеслав Анатольевич Моисеев. – К.: Дакор, 2002. – 506с.
3. Мойсеев В. А. Паблік рилейшнз: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл. рек. МОНУ] / Вячеслав Анатолійович Мойсеев. – К.: Академвидав, 2007. – 224 с
4. Пізнюк Л. В. Паблік рилейшнз: навч. посібник для дистанц. навчання / Л. В. Пізнюк. – К.: Ун-т "Україна", 2005. – 239с.
5. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз для профессионалов / Георгий Георгиевич Почепцов. – 6-е изд. – К.: РЕФЛ-бук, Ваклер, 2005. – 640 с.
6. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз для профессионалов: учебное пособие / Георгий Георгиевич Почепцов. – 131 сБлэк С. Паблік Рилейшнз. Что это такое? [Текст] / Сэм Блэк. – Ассоциация "Укрреклама". – 239 с. – Союз рекламистов Украины.
7. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: Навч. посіб. / Георгій Георгійович Почепцов. – 2-ге вид., виправ. і доп. – К.: Знання, 2004. – 373с.
8. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навч. посіб. / Георгій Георгійович Почепцов. – 3-ге вид., виправ. і доп. – К.: Знання, 2006. – 328 с.
9. Ротовский А.А. Системный PR. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. – 256с.
10. Слісаренко І. Ю. Паблік Рилейшнз у системі комунікації та управління: Навчальний посібник / Ігор Юрійович Слісаренко. – К.: МАУП, 2001. – 104с.
11. Тихомирова Є. Б. PR-формування відкритого суспільства: Монографія / Є.Б. Тихомирова. – К.: Наша культура і наука, 2003. – 197 с.

Інформаційні ресурси:

1. Всеукраїнський Портал про PR. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://propr.com.ua/index.php>
2. Краснящих П. Г. Место и роль PR (Паблік Рилейшнз) в современном обществе / П. Г. Краснящих. [Електронний ресурс] // Вісник Міжнародного Слов'янського університету. Харків. Серія : Соціологічні науки. — 2008. — Т. 11. — № 2. — Режим доступу : http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/VMSU/2008-02/08pgkzme.htm