



## ПРАКТИКА PR-ДІЯЛЬНОСТІ

**Викладач:** доктор наук з державного управління, професор Ажажа Марина Андріївна

**Кафедра:** менеджменту організацій та управління проектами, 11 корпус, ауд. л425

**E-mail:** azazmarina17@gmail.com

**Телефон:** 066-911-84-05

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

|  |   |  |           |  |   |              |    |
|--|---|--|-----------|--|---|--------------|----|
| <b>Освітня програма, рівень вищої освіти:</b>  | Державне управління<br>Бакалавр   |  |           |  |   |              |    |
| <b>Статус дисципліни:</b>  | Нормативна  |  |           |  |   |              |    |
| <b>Кредити ECTS</b>  | 5   | <b>Навч. рік:</b>                              | 2020-2021 | <b>Рік навчання</b>  | 4 | <b>Тижні</b> | 14 |
| <b>Кількість годин</b>   | 150   | <b>Кількість змістових модулів<sup>1</sup></b> | 8         | <b>Лекційні заняття – 28</b><br><b>Практичні заняття – 28</b><br><b>Самостійна робота – 94</b> |   |              |    |
| <b>Вид контролю:</b>   | Екзамен   |  |           |  |   |              |    |
| <b>Посилання на курс в Moodle</b>  | <a href="https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=10906#section-5">https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=10906#section-5</a> |  |           |  |   |              |    |
| <b>Консультації:</b> особисті – четвер, з 11:45 до 15:00, 11 корпус, ауд. л425; дистанційні – за попередньою домовленістю<br>Консультації в день проведення лекцій/практичних занять (за попередньою домовленістю).<br>Також можливі он-лайн консультації через електронну пошту. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача або дзвонити. |   |  |           |  |   |              |    |

### ОПИС КУРСУ

Метою курсу «Практика PR-діяльності» є надання знань з теоретичних основ комунікативної науки, вивчення основних моделей комунікації, а також вивчення методики, методології та інструментарію паблік рілейшнз (PR), вивчення PR, як однієї з функцій менеджменту та елемента комплексу маркетингових комунікацій, що надасть змогу сформувати практичні навички багатоаспектного застосування прийомів паблік рілейшнз в різних комунікативних ситуаціях пов'язаних з діяльністю в суспільній, міжнародній та економічній сферах.

Метою викладання навчальної дисципліни є отримання студентами базових уявлень про роль зв'язків з громадськістю в сучасному громадянському суспільстві, формування у них уявлення про зв'язок з громадськістю (Public relations (PR)/ паблік рілейшнз) як діяльності, яка регулює соціальні процеси, і як засобу, який розв'язує або пом'якшує соціальні, політичні, економічні кризові ситуації. Засвоїти професійні принципи PR-менеджера, здобути комплексні знання і вміння визначати та використовувати основні елементи PR-технологій у бізнес-сфері, теоретично обґрунтовувати і практично застосовувати основні методи і прийоми PR у сфері бізнесу з їх адаптацією до ситуації, в якій діє вітчизняна економіка.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен знати:

- основні поняття і категорії паблік рілейшнз;
- предметні сфери, інститути і технології паблік рілейшнз;
- основні підходи до типології груп громадськості;
- психологічні механізми формування громадської думки;

<sup>1</sup> 1 змістовий модуль = 15 годин (0,5 кредитів ECTS)



- методи впливу паблік рілейшнз на громадську думку;
- методи вивчення громадської думки;
- основні складові стратегічного плану PR-програми;
- теорію управління процесом паблік рілейшнз;
- основні принципи антикризового паблік рілейшнз;
- основні аспекти таких PR-технологій як лобіювання та виборча кампанія.

Уміти:

- охарактеризувати основні моделі Public relations – діяльності з визначенням переваг і недоліків кожної з них;
- обґрунтовувати вибір контактних груп, робота з якими необхідна для інформування і комунікативного забезпечення реалізації проектів і програм в сфері політики і ділової активності;
- формувати інформаційні очікування різних контактних груп;
- здійснювати вибір необхідних каналів комунікації з конкретними контактними групами, засобами масової інформації;
- організовувати і проводити комунікаційні заходи: прес-конференції, брифінги, презентації, круглі столи;
- складати інформаційні матеріали: прес-реліз, вітання, медіа-карту, матеріал для публікації в пресі.

*Виконання групових практичних завдань спонукає до розвитку навичок командної роботи, організаційних та лідерських якостей.*

*Використання новітніх програмних засобів під час виконання практичних завдань розвине як загальні, так і професійні цифрові компетенції слухачів.*

## ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Основними категоріями PR як науки та мистецтва (практики) є такі: громадськість, громадська думка, зв'язки з громадськістю, комунікації, вербальні комунікації, комунікаційна система, консенсус, імідж, інформація, інформаційне поле, кореспонденція, маркетинг, маркетингові комунікації, мас-медіа, зворотний зв'язок, спілкування, преса, пабліситі, споживча інформація, прес-конференція, прес-реліз, прогнозування, реклама, репортаж, ринок, служба ПР, спіч, стиль ділового спілкування, рекламні послуги, товарна інформація, цільова аудиторія, людський чинник, економічна інформація, емблема, товарний знак, бренд, ярмарок та багато інших.

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

- розуміння ними основних теорій і концепцій паблік рілейшнз;
- 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.

## ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ

При викладанні дисципліни «Практика PR-діяльності» з метою активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачено застосування активних та інтерактивних методів навчання та міні-лекцій, семінарів в активній формі, кейс-методу.

**Проблемні лекції** (ПЛ) спрямовані на розвиток логічного мислення студентів і характеризуються виділенням головних висновків з питань, що розглядаються. При читанні лекцій студентам



даються питання для самостійного розміркування, яке відіграє активізуючу роль, примушує студентів сконцентруватися і почати активно мислити в пошуках правильної відповіді.

**Міні-лекції** (МЛ) характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень.

**Кейс-метод** (КМ) (метод аналізу конкретних ситуацій) дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціалістів і передбачає розгляд проблемних ситуацій.

Разом з проблемними лекціями, міні-лекціями та кейс-методом використовують роботу у малих групах, яка дає змогу структурувати лекційні або практичні заняття за формою та змістом, створює можливість для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування.

Після висвітлення проблеми (при використанні проблемної лекції) або стислого викладання матеріалу (при використанні міні-лекцій) студентам пропонується об'єднуватися у групі по 5-6 чоловік й презентувати наприкінці заняття своє бачення та сприйняття матеріалу.

**+ до кожного заняття рекомендуються додаткові джерела (див. Moodle).**

## КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ

### **Поточні контрольні заходи (тах 60 балів):**

Поточний контроль передбачає такі **теоретичні** завдання:

- Усне опитування і обговорення наукової і професійної літератури в галузі державного управління (статті, презентації, тези, книги).
- Короткі тести/контрольні роботи за пройденим матеріалом.

Поточний контроль передбачає такі **практичні** завдання:

- Реферування наукових статей з мас-медійної тематики.
- Укладання анотацій (abstract і summary) до власних тез доповідей, статей і досліджень.
- Презентація власних досліджень.

### **Підсумкові контрольні заходи (тах 40 балів):**

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

**Підсумкове практичне завдання (фінальний проєкт)** – підготовка презентації (Microsoft PowerPoint), яка має бути узгоджена з викладачем.

**Вимоги до фінального проєкту:** обсяг – 12-15 слайдів. Захист презентації відбуватиметься на двох останніх заняттях. Презентації мають бути підготовлені в Power Point або Prezi форматах.

### **Критерії оцінювання фінального проєкту:**

- 1) завдання виконано у повному обсязі, без стилістичних, орфографічних і граматичних помилок, використана професійна лексика, словниковий запас різноманітний і релевантний, презентація відповідає змісту проєкту, логічно ілюструє його – 20-15 балів;
- 2) завдання виконано частково, з лексичними, орфографічними і граматичними помилками, презентація не відображає зміст проєкту в повному обсязі, частково ілюструє його – 14-8 балів;
- 3) завдання виконано з великою кількістю помилок, словниковий запас одноманітний, презентація або не відповідає змісту проєкту, або взагалі відсутня – 0-7 балів.

## 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)         |            |



|    |  |                  |               |
|----|--|------------------|---------------|
| Е  | 60 – 69 (достатньо)  |                  |               |
| FX | 35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання) | 2 (незадовільно) | Не зараховано |
| F  | 1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)    |                  |               |

Методи навчання: розгорнута бесіда, обговорення проблем, дискусії; вирішення ситуаційних вправ; вирішення проблемних питань; мозковий штурм; кейсметоди; презентації; аналіз конкретної ситуації; робота в малих групах; рольові та ділові ігри; письмовий контроль знань; індивідуальне та групове опитування; тестування; перехресна перевірка завдань з наступною аргументацією виставленої оцінки тощо.

| Контрольний захід  |  | Термін виконання | % від загальної оцінки |
|--|--|------------------|------------------------|
| <b>Поточний контроль (max 60%)</b>                       |  |                  |                        |
| Змістовий модуль 1                                       | Вид теоретичного завдання: опитування                      | тиждень 2, 3     | 5%                     |
|  | Вид практичного завдання:<br>Презентація/ Публічний виступ | тиждень 2, 3     | 5%                     |
| Змістовий модуль 2                                       | Вид теоретичного завдання: тестування                      | тиждень 4, 5     | 5%                     |
|  | Вид практичного завдання:<br>Презентація/ Публічний виступ | тиждень 4, 5     | 5%                     |
| Змістовий модуль 3                                       | Вид теоретичного завдання: опитування                      | тиждень 6, 7     | 5%                     |
|  | Вид практичного завдання:<br>Презентація/ Публічний виступ | тиждень 6, 7     | 5%                     |
| Змістовий модуль 4                                       | Вид теоретичного завдання: тестування                      | тиждень 8, 9     | 5%                     |
|  | Вид практичного завдання:<br>Презентація/ Публічний виступ | тиждень 8, 9     | 5%                     |
| Змістовий модуль 5                                       | Вид теоретичного завдання: опитування                      | тиждень 10       | 3%                     |
|  | Вид практичного завдання:<br>Презентація/ Публічний виступ | тиждень 10       | 3%                     |
| Змістовий модуль 6                                       | Вид теоретичного завдання: тестування                      | тиждень 11       | 3%                     |
|  | Вид практичного завдання:<br>Презентація/ Публічний виступ | тиждень 11       | 3%                     |
| Змістовий модуль 7                                       | Вид теоретичного завдання: опитування                      | тиждень 12       | 2%                     |
|  | Вид практичного завдання:<br>Презентація/ Публічний виступ | тиждень 12       | 2%                     |
| Змістовий модуль 8                                       | Вид теоретичного завдання: тестування                      | тиждень 13       | 2%                     |
|  | Вид практичного завдання:<br>Презентація/ Публічний виступ | тиждень 13       | 2%                     |
| <b>Підсумковий контроль (max 40%)</b>                    |  |                  |                        |
| Підсумкове теоретичне завдання: <i>тести (на Moodle)</i> |  | тиждень 14       | 20%                    |
| Підсумкове практичне завдання: публічна презентація      |  | тиждень 14       | 20%                    |
| <b>Разом</b>   |  |                  | <b>100%</b>            |



## РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ

| Тиждень і вид заняття     | Тема заняття  | Контрольне завдання   | Кількість балів |
|---------------------------|---|---|-----------------|
| <b>Змістовий модуль 1</b> |   |   |                 |
| Тиждень 1,2<br>Лекція     | Тема 1. Історія розвитку паблік рилейшнз                            | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів   |                 |
| <b>Практика</b>           |   | Усне опитування, тестування, навчальна дискусія<br>Робота з навчально-методичною літературою: тезування, анотування, складання реферату вирішення завдань |                 |
| <b>Змістовий модуль 2</b> |   |   |                 |
| Тиждень 3,4<br>Лекція     | Тема 2. Стратегія паблік рилейшнз в контексті менеджменту           | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів   |                 |
| <b>Практика</b>           |   | Усне опитування, тестування, навчальна дискусія<br>Робота з навчально-методичною літературою: тезування, анотування, складання реферату вирішення завдань |                 |
| <b>Змістовий модуль 3</b> |   |   |                 |
| Тиждень 5,6<br>Лекція     | Тема 3. Стратегії паблік рилейшнз в професійному контексті          | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів   |                 |
| <b>Практика</b>           |   | Усне опитування, тестування, навчальна дискусія<br>Робота з навчально-методичною літературою: тезування, анотування, складання реферату вирішення завдань |                 |
| <b>Змістовий модуль 4</b> |   |   |                 |
| Тиждень 7,8<br>Лекція     | Тема 4. Іміджева стратегія як інтегрована комунікація               | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів   |                 |
| <b>Практика</b>           |   | Усне опитування, тестування, навчальна дискусія<br>Робота з навчально-методичною літературою: тезування, анотування, складання реферату вирішення завдань |                 |
| <b>Змістовий модуль 5</b> |   |   |                 |
| Тиждень 9,10<br>Лекція    | Тема 5. Стратегія паблік рилейшнз в контексті управління персоналом | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів   |                 |
| <b>Практика</b>           |   | Усне опитування, тестування, навчальна дискусія<br>Робота з навчально-методичною літературою: тезування, анотування,                                      |                 |



|                           |   |   |  |
|---------------------------|---|---|--|
|                           |   | складання реферату вирішення завдань  |  |
| <b>Змістовий модуль 6</b> |   |   |  |
| Тиждень 11<br>Лекція      | Тема 6. Стратегія паблік рилейшнз в контексті маркетингу  | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів   |  |
| <b>Практика</b>           |   | Усне опитування, тестування, навчальна дискусія<br>Робота з навчально-методичною літературою: тезування, анотування, складання реферату вирішення завдань |  |
| <b>Змістовий модуль 7</b> |   |   |  |
| Тиждень 12<br>Лекція      | Тема 7. Стратегія паблік рилейшнз в контексті мультмедіа  | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів   |  |
| <b>Практика</b>           |   | Усне опитування, тестування, навчальна дискусія<br>Робота з навчально-методичною літературою: тезування, анотування, складання реферату вирішення завдань |  |
| <b>Змістовий модуль 8</b> |   |   |  |
| Тиждень 13<br>Лекція      | Тема 8. Психологічні аспекти міжособового спілкування<br>Інформація як інструмент економічної влади | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів   |  |
| <b>Практика</b>           |   | Усне опитування, тестування, навчальна дискусія<br>Робота з навчально-методичною літературою: тезування, анотування, складання реферату вирішення завдань |  |

## ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА

1. Баранов В. PR-авильный выбор. Стратегия и тактика муниципальных выборов / В.Баранов, С. Могильный. Бердянск: Новый мир, 2004. 407 с
2. Бианки В. А. Убрать конкурента: PR-атака / В. А. Бианки, А. И. Серавин. СПб.: Питер, 2007. 240 с. (Маркетинг для профессионалов).
3. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності: Навчальний посібник / В. С. Білоус. К.: КНЕУ, 2005. 275 с.
4. Боброва И. И. Черный PR? Белый GR! Цветной IR.): менеджмент информационной культуры / И. И. Боброва, В. А. Зимин. М.: Вершина, 2006. 464 с.
5. Варакута С. А. Связи с общественностью: Учебное пособие / С. А. Варакута, Ю. Н. Егоров. М.: ИНФРА-М, 2004. 246 с.
6. Василенко А. Б. Пиар крупных российских корпораций / А. Б. Василенко. М.: ГУ ВШЭ, 2002. 304 с.
7. Вахрамеева Н. Ю. Політичні Інтернет-технології як сучасний засіб зв'язків із громадськістю [Електронний ресурс] / Н. Ю. Вахрамеева // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць. К.: ВІР УАН, 2010. Режимдоступу:





[http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc\\_GumGileya/2010\\_36/Gileya36/P8\\_doc.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_GumGileya/2010_36/Gileya36/P8_doc.pdf)

8. Введение в руморологию: использование слухов на американских выборах / Сост. С. Василенко. М.: Полиграфоцентр-плюс, 2004. 304 с.

9. Владимирська Г. О. Реклама: Навчальний посібник / Г. О. Владимирська, П. О. Владимирський. К.: Кондор, 2006. 334 с.

10. Гринберг Т. Э. Политические технологии: PR и реклама: Учебное пособие / Т. Э. Гринберг. М.: Аспект Пресс, 2005. 317 с.

11. Готлиб А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики: учебное пособие / А. С. Готлиб. М.: Флинта, 2005. 736 с.

12. Демин Ю. М. Бизнес-PR / Ю. М. Демин. М.: Бератор-Пресс, 2003. 336 с.

13. Діброва Т. Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика: навчальний посібник / Т. Г. Діброва. К.: ВД "Професіонал", 2009. 320 с.

14. Джефкинс Ф. Паблик рилейшнз: Учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] / Фрэнк Джефкинс, Дэниэл Ядин; Пер. с англ. под редакцией Б.Л. Еремина. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text10/29.htm>

15. Законодавчі та нормативні документи України у сфері інформації, видавничої та бібліотечної справи: тематична добірка. У 2-х ч. / Уклад. Т. Ю. Жигун. К.: Кн. палата України, 2000. Ч.2 : Правове регулювання у сфері видавничої та бібліотечної діяльності. 2000. 234 с.

16. Катлип С. Паблик рилейшенз: теория и практика / Скотт М. Катлип, Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум; Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2003. 624 с.

17. Кашлев Ю. Б. Информация и PR в международных отношениях / Ю. Б. Кашлев, Э. А. Галумов. М.: Известия, 2003. 432 с.

18. Кондратьев Є. В. Связи с общественностью: Учебное пособие / Є. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. М.: Академический Проект, 2004. 432 с.

19. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз: Учебник / В. Г. Королько. К.: Ваклер, 2003. 528 с.

20. Королько В. Г. Паблик рилейшнз. Наукові основи, методика, практика: Підручник / В. Г. Королько. К.: ВД "Скарби", 2001. 400 с.

21. Корню Д. Етика засобів масової інформації / Д. Корню. К.: К.І.С., 2004. 130 с.

22. Костина А. В. Основы рекламы: Учебное пособие / А. В. Костина, Э. Ф. Макаревич, О. И. Карпужин. М.: КНОРУС, 2006. 352 с.

23. Кузнецова О. Д. Засоби масової комунікації: посібник / О. Д. Кузнецова. Львів: ПАІС, 2005. 200 с.

24. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: Навчальний посібник / Т. І. Лук'янець. К.: КНЕУ, 2004. 524 с.

25. Лукашев А. В. Анатомия демократии, или Черный PR как институт гражданского общества / А. В. Лукашев, А. В. Пониделко. СПб.: Бизнес-пресса, 2001. 268 с.

26. Маркони Дж. PR: полное руководство / Джо Маркони. М.: Вершина, 2006.



256 с.

27. Марущак А. І. Інформаційне право України : підручник / А. І. Марущак. К.: Дакор, 2011. 456 с.

28. Медведчук М. М. Інтернет-ЗМІ як арена політичної боротьби під час виборчих кампаній в сучасній Україні [Електронний ресурс] / Микола Миколайович Медведчук. Режим доступу: <http://intkonf.org/medvedchuk-mm-internet-zmi-yak-arena-politichnoyi-borotbi-pid-chas-viborchih-kampaniy-v-suchasniy-ukrayini/>

29. Моисеев В. А. Паблік рилейшнз средство социальной коммуникации / В. А. Моисеев. К.: Дакор, 2002. 506 с.

30. Назайкин А. Н. Как манипулировать журналистами: практическое пособие / А. Н. Назайкин. М.: Дело, 2004. 240 с.

31. Назайкин А. Н. Медиапланирование на 100%: монография / А. Н. Назайкин. М.: Бизнес Букс Альпина, 2005. 301 с.

32. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М.М. Назаров. М.: Едиториал УРСС, 2003. 240 с.

33. Оливер С. Стратегия в паблік рилейшнз / Сандра Оливер. СПб.: Издательский дом "Нева", 2003. 160 с.

34. Ольшевский А. С. Антикризисный PR и консалтинг [Електронний ресурс] / А. С. Ольшевский. СПб.: Издательский дом «Питер», 2003. Режим доступу: <http://evartist.narod.ru/text4/20.htm>

35. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / Под ред. М. А. Василюка. М.: Гардарики, 2003. 615 с.

36. Пасмуров А. Я. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку / А. Я. Пасмуров. СПб.: Питер, 2006. 272 с.

37. Плошин В. Ю. Теория и практика массовой информации: учебное пособие / В. Ю. Плошин. СПб.: Знание, 2005. 168 с.

38. Полторац В. А. Социологические пиар-технологии в политике: средства манипуляции или инструмент политического воздействия [Електронний ресурс] / В. Полторац, О. Петров // Інтернет сайт "Центр соціологічних та політичних досліджень "Соціополіс". 2009. Режим доступу: <http://www.spr.org.ua/arbejder.htm>

39. Пономарев Н. Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты: учебное пособие / Н. Ф. Пономарев. СПб.: Питер, 2008. 208 с.

40. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. К.: Ваклер, 2002. 352 с.

41. Психология менеджмента / Под ред. Г. С. Никифорова. Харьков: Изд-во Гуманитарный центр, 2002. 556 с.

42. Ротовский А. А. Системный PR / А. А. Ротовский. Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. 256 с.

43. Садохин А. П. Межкультурная коммуникация: Учебное пособие / А. П. Садохин. М.: Альфа-М; М.: ИНФРА-М, 2004. 288 с.

44. Самое главное в PR / У. Аги, Г. Кэмерон, Д. Уилкоккс. СПб.: Питер, 2004. 560 с.

45. Самые успешные PR-кампании в мировой практике [Електронний ресурс] /





Пер. с англ. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт», ИНФРА-М, 2002.  
<http://www.eartist.narod.ru/text3/9.htm>

46. Сиссорс Дж. Рекламное медиа-планирование / Дж. Сиссорс, Р. Бэрон. СПб.: Питер, 2004. 416 с.

47. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навчальний посібник / І. Ю. Слісаренко. К.: МАУП, 2001. 104 с.

48. Сэмпсон Э. Бизнес-презентация: Творческие идеи для блестящего выступления / Э. Сэмпсон. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. 202 с.

49. Терещук В. І. Електронний PR: навчально-методичний комплекс дисциплін для студентів напряму підготовки "Міжнародна інформація" денної та заочної форми навчання / В. І. Терещук, М. І. Терещук. К.: Університет економіки та права "КРОК", 2011. 33 с.

50. Тихомирова Є. Б. Паблік рилейшнз у глобалізованому світі / Є. Б. Тихомирова. К.: Науково-видавничий центр "Наша наука і культура", 2006. 489 с.

51. Уилкокс Д. Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ / Д. Л. Уилкокс. М.: ИНФРА-М, 2004. 761 с.

52. Уотсон Т. Методы оценки деятельности PR-подразделения компании: Лучшее практическое руководство по планированию, исследованиям и оценке связей с общественностью / Том Уотсон. Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. 272 с.

53. Уэллс У. Реклама: принципы и практика: монография / У. Уэллс; Под ред. С. Г. Божука. СПб.: Питер, 2001. 800 с.

54. Чічановський А. А. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем: підручник / А. А. Чічановський, О. Г. Старіш. К.: Грамота, 2010. 568 с.

55. Чумиков А. Н. Связи с общественностью: теория и практика: Учебное пособие / А. Н. Чумиков. М.: Дело, 2006. 552 с.

56. Шарков Ф. И. Интегрированные PR-коммуникации (связи с общественностью как компонент интегрированных маркетинговых коммуникаций) / Ф. И. Шарков. М.: РИП-холдинг, 2004. 272 с.

57. Шарков Ф. И. Современные маркетинговые коммуникации: Словарь-справочник / Ф. И. Шарков. М.: Альфа-пресс, 2006. 352 с.

58. Шаян Л. П. PRo суспільні комунікації / Л. П. Шаян. К.: ТОВ "Група компаній "Динаміка", 2008. 180 с.

59. Шишкина М. А. Паблік рилейшнз в системі соціального управління / М. А. Шишкина. СПб.: Паллада-медиа, 2002. 444 с.

60. Шевченко О. В. PR-технології в міжнародних відносинах (європейський досвід та перспективи України): монографія / О. В. Шевченко. К.: Відділ оперативної поліграфії Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Т. Шевченка, 2003. 187 с.

61. Шишкин Д. П. PR-кампании: методология и технология: Учеб. пособие / Д. П. Шишкин, Д. П. Гавра, С. Л. Бровко. СПб.: Роза мира, 2004. Режим доступа: <http://www.eartist.narod.ru/text19/139.htm>



---

Шомели Ж. Связи с общественностью. 9-е изд. [Электронный ресурс] / Ж. Шомели, Д. Уисман; Пер. с франц. под ред. Г. Е. Алпатова. СПб.: Издательский Дом «Нева», 2003. Режим доступа: <http://media.utmn.ru/library.php?book=841>



## РЕГУЛЯЦІЯ І ПОЛІТИКИ КУРСУ<sup>2</sup>

### **Відвідування занять. Регуляція пропусків.**

*Інтерактивний характер курсу передбачає обов'язкове відвідування практичних занять. Студенти, які за певних обставин не можуть відвідувати практичні заняття регулярно, мусять впродовж тижня узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять. Окремі пропущені завдання мають бути відпрацьовані на найближчій консультації впродовж тижня після пропуску. Відпрацювання занять здійснюється усно у формі співбесіди за питаннями, визначеними планом заняття. В окремих випадках дозволяється письмове відпрацювання шляхом виконання індивідуального письмового завдання.*

*Студенти, які станом на початок екзаменаційної сесії мають понад 70% невідпрацьованих пропущених занять, до відпрацювання не допускаються.*

### **Політика академічної доброчесності**

*Усі письмові роботи, що виконуються слухачами під час проходження курсу, перевіряються на наявність плагіату за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення UniCheck. Відповідно до чинних правових норм, плагіатом вважатиметься: копіювання чужої наукової роботи чи декількох робіт та оприлюднення результату під своїм іменем; створення суміші власного та запозиченого тексту без належного цитування джерел; рерайт (перефразування чужої праці без згадування оригінального автора). Будь-яка ідея, думка чи речення, ілюстрація чи фото, яке ви запозичуєте, має супроводжуватися посиланням на першоджерело. Приклади оформлення цитувань див. на Moodle: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=103857> Виконавці індивідуальних дослідницьких завдань обов'язково додають до текстів своїх робіт власноруч підписану Декларацію академічної доброчесності (див. посилання у Додатку до силабусу).*

*Роботи, у яких виявлено ознаки плагіату, до розгляду не приймаються і відхиляються без права перескладання. Якщо ви не впевнені, чи підпадають зроблені вами запозичення під визначення плагіату, будь ласка, проконсультуйтеся з викладачем.*

*Висока академічна культура та європейські стандарти якості освіти, яких дотримуються у ЗНУ, вимагають від дослідників відповідального ставлення до вибору джерел. Посилання на такі ресурси, як Wikipedia, бази даних рефератів та письмових робіт (Studopedia.org та подібні) є неприпустимим. Рекомендовані бази даних для пошуку джерел:*

*Електронні ресурси Національної бібліотеки ім. Вернадського: <http://www.nbuv.gov.ua>*

*Цифрова повнотекстова база даних англomовної наукової періодики JSTOR: <https://www.jstor.org/>*

### **Використання комп'ютерів/телефонів на занятті**

*Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях (для уточнення певних даних, перевірки правопису, отримання довідкової інформації тощо). Будь ласка, не забувайте активувати режим «без звуку» до початку заняття.*

*Під час виконання заходів контролю (контрольних робіт, екзамену) використання гаджетів заборонено. У разі порушення цієї заборони роботу буде анульовано без права перескладання.*

### **Комунікація**

*Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle.*

*Важливі повідомлення загального характеру – зокрема, оголошення про терміни подання контрольних робіт, коди доступу до сесій у CiscoWebex та ін. – регулярно розміщуються*

---

<sup>2</sup>Тут зазначається все, що важливо для курсу: наприклад, умови допуску до лабораторій, реактивів і т.д. Викладач сам вирішує, що треба знати студенту для успішного проходження курсу!



---

викладачем на форумі курсу. Для персональних запитів використовується сервіс приватних повідомлень. Відповіді на запити студентів подаються викладачем впродовж трьох робочих днів. Для оперативного отримання повідомлень про оцінки та нову інформацію, розміщену на сторінці курсу у Moodle, будь ласка, переконайтеся, що адреса електронної пошти, зазначена у вашому профайлі на Moodle, є актуальною, та регулярно перевіряйте папку «Спам».

Якщо за технічних причин доступ до Moodle є неможливим, або ваше питання потребує термінового розгляду, направте електронного листа з позначкою «Важливо» на адресу [tupakhina@znu.edu.ua](mailto:tupakhina@znu.edu.ua). У листі обов'язково вкажіть ваше прізвище та ім'я, курс та шифр академічної групи.



## ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2020-2021

**ГРАФІК НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ 2020-2021 н. р. (зіпосилання на сторінку сайту)**

**АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ.** Студенти і викладачі Запорізького національного університету несуть персональну відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених *Кодексом академічної доброчесності ЗНУ*: <https://tinyurl.com/ya6yk4ad>. Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти (додається в обов'язковому порядку до письмових кваліфікаційних робіт, виконаних здобувачем, та засвідчується особистим підписом): <https://tinyurl.com/y6wzzlu3>.

**ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ.** Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмій (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до *Положення про організацію та методу 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/y9pkmmp5>. 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>.

**НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА.** Порядок зарахування результатів навчання, підтверджених сертифікатами, свідоцтвами, іншими документами, здобутими поза основним місцем навчання, регулюється *Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті*: <https://tinyurl.com/y8gbt4xs>.

**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/ycyfws9v>. 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>.

**ЗАПОБІГАННЯ КОРУПЦІЇ.** Уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції (Воронков В. В., 1 корп., 29 каб., тел. +38 (061) 289-14-18).

**ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА.** Телефон довіри практичного психолога (061)228-15-84 (щоденно з 9 до 21).

**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 17.00; субота з 09.00 до 15.00.

**ЕЛЕКТРОННЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE):** [HTTPS://MOODLE.ZNU.EDU.UA](https://moodle.znu.edu.ua)

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресами:

- для студентів ЗНУ - [moodle.znu@gmail.com](mailto:moodle.znu@gmail.com), Савченко Тетяна Володимирівна
- для студентів Інженерного інституту ЗНУ - [alexvask54@gmail.com](mailto:alexvask54@gmail.com), Василенко Олексій Володимирович

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/>

**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>.