

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ
ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ



ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету соціології та управління
Т.Ф. Бірюкова

2024 р.

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

PR У ПУБЛІЧНІЙ СЛУЖБІ

підготовки бакалаврів

денної форм здобуття освіти

освітньо-професійна програма Публічне управління та адміністрування

спеціальності 281 Публічне управління та адміністрування

галузі знань 28 Публічне управління та адміністрування

ВИКЛАДАЧ: Руднева Анна Олегівна, к.політ.н., доцент, доцент кафедри політології

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри політології

Протокол № 1 від "28" серпня 2024 р.
Завідувач кафедри

(підпис)

Є.Г.Цокур
(ініціали, прізвище)

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми

О.В.Краснокутський
(ініціали, прізвище)

(підпис)

2024 рік



Зв'язок з викладачем (викладачами):

E-mail: rudnevanna2017@gmail.com

Телефон: 0953382563

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

Кафедра політології, 4 корп. ЗНУ, вул. Дніпровська, 33а.

1. Опис навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «PR у публічній службі» є формування у студентів системних знань та практичних навичок у сфері комунікаційних технологій, необхідних для ефективного здійснення PR-діяльності в органах державної влади та місцевого самоврядування.

Основними завданнями вивчення дисципліни «PR у публічній службі» є: ознайомити студентів з теоретичними основами PR та його роллю в сучасному суспільстві; розвинути у студентів навички аналізу інформаційного поля, формування позитивного іміджу державних органів та ефективної взаємодії з громадськістю; сформувати у студентів практичні навички розробки та реалізації PR-кампаній, написання прес-релізів, проведення заходів для громадськості; виховати у студентів високу соціальну відповідальність та розуміння важливості ефективної комунікації для розвитку демократичного суспільства. Особлива увага приділяється розвитку вміння ефективного управління інформацією, формування позитивного іміджу державних інституцій, створення комунікаційних стратегій та взаємодії з громадськістю в умовах відкритості та прозорості.

Практичні кейси дозволяють розвинути у студентів вміння критично мислити, аналізувати, спонукати їх до того, щоб в процесі дискусії поділитися власними думками, ідеями, знаннями та досвідом.

Інтерактивні форми навчання спонукатимуть до дебатів, полеміки, аргументованого відстоювання власної точки зору, орієнтований на розвиток важливих навичок якісної аналітики, креативних рішень та ефективної комунікації.

Практичні завдання допомагають сформувати первинні навички створення креативних концепцій, а робота у групах спонукає до розвитку навичок командної роботи, організаційних та лідерських якостей, а також вдосконалити практичні навички розробки ефективних PR-стратегій у сфері публічної служби.

Використання новітніх інформаційних технологій під час виконання практичних завдань розвине як аналітичні, так і професійні цифрові компетенції студентів.

У концептуальному, інформаційному і логічному плані даний курс тісно пов'язаний з такими дисциплінами, як «Статистика у публічному управлінні», «Критичне мислення», «Медіація в публічному управлінні та адмініструванні».

2. Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
Статус дисципліни	Цикл професійної підготовки спеціальності	
Семестр	6-й	6-й
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість годин	150	
Лекційні заняття	8 год.	2 год.
Семінарські заняття	14 год.	2 год.
Самостійна робота	128 год.	146 год.
Консультації	особисті – понеділок, з 14:30 до 16:00, IV корпус, ауд. 310; дистанційні – Zoom, за попередньою домовленістю Запис на консультації: rudnevanna2017@gmail.com	
Вид підсумкового семестрового контролю:	залік	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=9994	



3. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Результати навчання та компетентності	Методи навчання / форми і методи оцінювання
<p>ЗК1.Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК8. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.</p> <p>ЗК9. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК10.Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК11.Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК12.Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ПР1. Використовувати базові знання з історичних, культурних, політичних, соціальних, економічних засад розвитку суспільства.</p>	<p>Методи навчання: розповідь, пояснення, метод проблемних ситуацій, аналіз практичних кейсів.</p> <p>Контрольні заходи: тести, практичні завдання.</p>
<p>СК6. Здатність здійснювати інформаційно-аналітичне забезпечення управлінських процесів із використанням сучасних інформаційних ресурсів та технологій.</p> <p>СК7. Здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності.</p> <p>СК8. Здатність готувати проекти управлінських рішень та їх впроваджувати.</p> <p>СК9. Здатність впроваджувати інноваційні технології.</p> <p>ПР8. Розуміти та використовувати технології вироблення, прийняття та реалізації управлінських рішень.</p> <p>ПР9. Знати основи електронного урядування.</p>	<p>Методи навчання: розповідь, пояснення, метод проблемних ситуацій, аналіз практичних кейсів.</p> <p>Контрольні заходи: опитування, тести, практичні завдання.</p>
<p>СК10.Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного управління та адміністрування.</p> <p>СК11.Здатність у складі робочої групи проводити прикладні дослідження в сфері публічного управління та адміністрування. Спеціальні компетентності, визначені закладом вищої освіти та освітньою програмою</p> <p>СК12. Здатність до генерування нових ідей та креативності у професійній сфері.</p> <p>ПР13.Використовувати методи аналізу та оцінювання програм сталого розвитку.</p> <p>ПР14.Уміти коригувати професійну діяльність у випадку зміни вихідних умов.</p> <p>ПР15.Застосовувати методи контролю якості у сфері професійної діяльності.</p> <p>ПР18. Критично аналізувати й оцінювати чинну політику країни, соціально-політичні процеси на загальнодержавному, регіональному та місцевому рівнях.</p> <p>ПР19. Демонструвати уміння креативно вирішувати проблеми та приймати інноваційні рішення, мислити та застосовувати творчі здібності до формування принципово нових ідей</p>	<p>Методи навчання: розповідь, пояснення, метод проблемних ситуацій, аналіз практичних кейсів.</p> <p>Контрольні заходи: опитування, тести, практичні завдання, завдання для самостійної роботи.</p>

4. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи PR

Теоретичні аспекти PR.

Сутність, функції та принципи публік рілейшнз як науки та управлінської діяльності. Основні категорії публік рілейшнз. Види публік рілейшнз. Вимоги до фахівців з публік рілейшнз, їх функції та завдання.

Предмет публік рілейшнз. Принципи, правила і функції зв'язків із громадськістю. Поняття та зміст PR. Основні напрямки PR. PR-акція, PR-кампанія, PR-обстановка. Різноманіття визначень PR. Компоненти і параметри PR-повідомлень. Підвищення ролі зв'язків з громадськістю в умовах ринкової економіки та демократичного державного устрою.

Історичні етапи становлення та розвитку PR.

Передумови виникнення системи зв'язків з громадськістю. Основні етапи розвитку PR. Історичний контекст виникнення PR. Різноманітні визначення PR. Еволюція ролі PR в суспільстві. Зв'язок PR з іншими дисциплінами (маркетинг, соціологія, психологія).

Елементи управлінського PR у Стародавньому світі. Монументальна пропаганда, ораторське мистецтво, маніпулювання громадською думкою. PR в епоху середньовіччя й у Новий час. Безпосередня демократія, інформаційні мережі, політичні та військові акції. Методи впливу на громадськість імператорів Візантії. Інформаційні війни. Передумови й умови зародження професійного PR у державному управлінні. Відкриття у справі зв'язків з громадськістю у США та Англії. Зв'язки з громадськістю у тоталітарних державах. Основні напрямки PR у XIX ст. Приклади забезпечення за його допомогою успішних управлінських рішень. Роль PR у двох світових війнах.

Тенденції розвитку урядових зв'язків з громадськістю у XX – на поч. XXI ст.

Методологія і методика зв'язків із громадськістю.

Правове забезпечення зв'язків із громадськістю в Україні. Характеристика основних законодавчих актів. Групи і рівні громадськості. Внутрішня та зовнішня громадськість у державному PR. Групи громадськості за інтересами.

Порівняльна характеристика зв'язків із громадськістю, пропаганди і реклами. «Чорна», «біла» та «сіра» пропаганда. Проблема аудиторії в масовій комунікації. Головні помилки при виборі аудиторії. Якості PR-професіонала. Кодекс професійної етики PR. Афіїнський та Лісабонський кодекси.

Інструментарій зв'язків з громадськістю.

Інструментарій зв'язків із громадськістю у публічному управлінні. Класифікація інструментарію за засобом та формою транслювання повідомлення. Використання в PR друкованих і електронних ЗМІ. Етапи розвитку теми у засобах масової інформації. Державні органи та служби зі зв'язків з громадськістю. Відділ преси, прес-центр, прес-аташе. Прес-служба, її діяльність та функції. Значення реагуючої та попереджувальної функції. Прес-секретар, його обов'язки і якості. Вимоги до роботи прес-секретаря.

Принципи та мета PR-діяльності у публічному управлінні.

Змістовий модуль 2. Основи PR у публічній сфері

Основи PR у публічній сфері.

Специфіка PR в органах державної влади. Відмінності PR в публічній сфері від PR в бізнесі.

Роль PR у формуванні громадської думки. PR і політика. Структура органів публічного управління, її вплив на організацію зв'язків з громадськістю. Головні проблеми публічного управління. Переваги та недоліки публічного PR. Функції та завдання зв'язків з громадськістю у публічному управлінні.

Управління процесом публік рілейшнз.

Характеристика зв'язків з громадськістю як відкритої системи. Теорія управління PR. Якості управлінця у зв'язках з громадськістю – стратегічне мислення, розуміння реальних потреб, чітке формулювання завдань, здатність до вимірювання результатів.

Етапи вирішення PR – проблеми: використання засобів комунікації; ефективність комунікації; складання повідомлення. Аналіз ситуації, трансформація інформації в програму діяльності, досягнення конкретних змін.

Періодична корекція курсу з урахуванням зворотної інформації. Моніторинг соціального оточення. Тактика поширення й ефективність PR-повідомлень.

Документи органів публічного управління по зв'язкам з громадськістю.

Державні PR-документи: виступи, комюніке, звернення, ноти, меморандуми, договори. Корпоративні PR-документи компанії: корпоративні видання, корпоративні газети і журнали.

Документи органів місцевого самоврядування: звіти, результати громадських слухань, резолюції обговорень. Оцінка ефективності PR-повідомлень. Фактичні результати, вплив на ставлення до організації, ступінь реалізованості завдань, що ставилися. Соціальна ефективність PR-діяльності як головний зміст зв'язків з громадськістю у державному управлінні.

PR у функціональній структурі органів публічного управління.

Головні підходи до формування прес-служби у публічному управлінні. Основні сфери PR-діяльності: професійні поняття, термінологія, завдання та вимоги. Функції та роль PR-фахівця у державному управлінні. Основні професійні вимоги до PR-фахівця у комерційних та некомерційних установах. PR-фахівець у політиці. Організаційна структура PR-служби. Служба PR в роботі з персоналом та керівництвом. Переваги створення PR-служби. PR-служба в органах державної влади. Консультативна PR-фірма. Призначення соціологічних досліджень в PR. Види досліджень. Проблеми кількісної та якісної репрезентації. Умови надійності опитувань.

Змістовий модуль 3. Громадськість в системі PR та форми впливу на громадськість

Інституалізація GR: становлення та розвиток.

Специфіка проявів GR в різні історичні періоди. «Батьки-засновники» GR. Основні віхи інституалізації GR. Становлення GR в Україні. Етапи еволюції та майбутнє GR. Професійні видання. Професійні об'єднання GR - фахівців. Досвід зв'язків з громадськістю демократичних урядів світу. Зв'язки з громадськістю тоталітарних режимів.

Громадська думка і PR.

Поняття «громадськість» у теорії і практиці PR та її типологізація. Громадськість та її різновиди. Громадськість як соціальне явище. Громадськість за межами організації. Зміни у соціальній структурі сучасного суспільства та їх вплив на стан громадської думки.

Поняття громадськості у різні історичні періоди. Формування думок та задоволення очікувань громадськості. Типи соціологічних досліджень громадської думки.

Цільові групи громадськості у публічному управлінні.

Значення громадської думки для практики публік релейшнз. Головні ознаки громадської думки. Специфіка цільової аудиторії у публічному управлінні. Визначення цільових груп громадськості для організації. Індекс пріоритетності. Референтні групи, цільові аудиторії та їх формування. Цільові та пріоритетні групи громадськості. Свідомий та стихійний вплив держави на громадську думку. Методи створення соціальної бази влади, поняття провладних груп громадськості.

Планування процесу PR у державних установах

Планування в PR: визначення проблеми, планування та програмування, дія та комунікація, оцінка програми. Стратегічне планування. Види та особливості тактичного планування. Планування стандартних подій.

Особливості планування нестандартних подій.

Оцінка ефективності PR-кампанії. Основні складові PR-оцінки. Контент-аналіз, опитування громадської думки, оцінка ефективності спеціально підготованих подій.

Змістовий модуль 4. Практичні аспекти PR у публічному управлінні.

Створення іміджу у публічному управлінні.

Іміджмейкінг як одне з завдань публік релейшнз. Імідж та його природа. «Анатомія» іміджу. PR-реклама іміджу. Специфіка корпоративного іміджу. PR у корпоративному просторі. Конструювання іміджу: місія, бачення, корпоративна філософія. Історія, легенда. Корпоративні кодекси. Віртуальні персонажі. Зовнішнє оточення. Стосунки з персоналом та громадськістю як засіб формування зовнішнього та внутрішнього образу корпорації. Фірмовий стиль. Загальна логіка дій по створенню та розвитку фірмового стилю. «Слоган» як елемент корпоративної конструкції. Моніторинг, прогноз та своєчасне коректування іміджу.

Проблеми публічного іміджмейкінгу як напрямку PR. Основні компоненти іміджу. Планування PR-кампанії в іміджмейкерстві. Позиціонування, підвищення іміджу, дистанціювання від конкурентів, «контр реклама».

Категорії об'єктів іміджмейкерства. Методи формування образу: приєднання клієнта, вкладена дія, зміна каналу сприйняття, «диво», натяк, модель експериментального неврозу. Психологічні аспекти створення образу. Розкручування нового бренда.

PR у кризовій ситуації. Управління проблемами і кризами засобами PR

Типи кризових ситуацій. «Відоме-невідоме» і «невідоме-невідоме». Елементи кризового управління. Єдність інформаційної політики в екстремальних ситуаціях. Засоби зв'язку та надійне обладнання. Ключовий персонал. Тактика антикризового PR. Перевірка інформації, її централізація, співчуття потерпілим, боротьба з чутками, підтримка третіх осіб, співробітництво зі ЗМІ, присутність на місці події, залучення вищого керівництва,

супроводження репортерів, постійний моніторинг ситуації. Приклади успішних та невдалих антикризових кампаній.

Типологія криз, причини та передумови виникнення кризових ситуацій. Управління кризою. Розробка превентивних антикризових PR-заходів. Комунікації в кризових ситуаціях.

Планування громадських кампаній.

Методи підготовки громадської думки при прийнятті «непопулярних» рішень. «Кредит довіри» у внутрішній та зовнішній політиці. Використання статистичних даних при формуванні позитивного ставлення до урядових заходів. Соціальна злагода як засіб і мета управлінських рішень.

Визначення рівня стабільності суспільства соціологічними засобами. Постійний моніторинг громадської думки. Політичні акції, спрямовані на підтримку населенням дій влади.

Технології застосування спеціальних методів у PR.

Специфічні прийоми PR у відносинах із пресою: створення медіа-істеблїшмента, «тіньові зустрічі» з лідерами, «злив» інформації. «Чорний піар». Організація роботи з громадськістю. Прес-конференція, брифінг, презентація, «паблік-тури», дні «відкритих дверей».

Технології застосування спеціальних методів у PR. Приклади PR-проектів у різних країнах світу. Формування журналістського оточення. Підготовка та проведення прес-конференції. Презентація державного, соціального або політичного проекту. Використання та види соціальної реклами. Роль ораторського мистецтва для державного діяча. Приклади вдалих промов у сучасному світі, їх вплив на ставлення до політика.

Використання PR у суспільно-політичній сфері.

Закордонні технології політичного PR і їх вітчизняна інтерпретація. Вибір кандидата. Планування виборчої кампанії, її основні заходи. Політична режисюра. Тенденції сучасних виборчих кампаній.

Паблік рілейшнз у внутрішній політиці. Реалізація зв'язків з громадськістю у Верховній Раді, Кабінеті Міністрів, міністерствах. Джерела інформації для органів публічного управління. Реалізація зв'язків з громадськістю у обласних, районних, міських державних адміністраціях, та органах місцевого самоврядування. Джерела інформації для органів місцевого самоврядування. Принципові розбіжності у зв'язках з громадськістю на вищому та місцевому рівнях.

Паблік рілейшнз у зовнішній політиці. Проблеми формування позитивного іміджу країни. Задачі України в зовнішній інформаційній політиці. Стереотипи, необхідність їхнього руйнування. Кризове управління і «відповідь на виклик» у міжнародних відносинах. Публічний імідж і PR. Публічний брендінг у мережі Інтернет. Проблеми публічного брендінгу і задачі України.

Сутність, методи, практика лобювання.

Сутність лобізму. Походження та історія лобізму. Правові основи лобізму. Зміст роботи лобістів. Покращення стосунків з суспільством, контроль за державними установами, залучення виборців до управління, вплив на законодавство, своєчасне інформування законодавців.

Підготовка до лобювання. Безпосереднє лобювання. Опосередковане лобювання. Методи лобювання.

5. Темі лекційних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
1	Тема 1. Теоретичні аспекти PR.	2	2	<i>1 раз на 2 тижні</i>
2	Тема 2. Управління процесом паблік рілейшнз.	2		<i>1 раз на 2 тижні</i>
3	Тема 3. Цільові групи громадськості у публічному управлінні.	2		<i>1 раз на 2 тижні</i>
4	Тема 4. PR у кризовій ситуації. Управління проблемами і кризами засобами PR	2		<i>1 раз на 2 тижні</i>
Разом		8	2	

6. Теми семінарських занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
1	Тема 1. Історичні етапи становлення та розвитку PR. План 1. Передумови виникнення системи зв'язків з громадськістю. Основні етапи розвитку PR. 2. Елементи управлінського PR у Стародавньому світі. 3. PR в епоху середньовіччя й у Новий час. 4. PR у США та Англії. Основні напрямки PR у XIX ст. 5. Роль PR у двох світових війнах. 6. Тенденції розвитку PR у XX – на поч. XXI ст.	2		<i>1 раз на 2 тижні</i>
2	Тема 2. Основи PR у публічній сфері. План 1. Специфіка PR в органах державної влади. Відмінності PR в публічній сфері від PR в бізнесі. 2. Роль PR у формуванні громадської думки. 3. PR і політика. 4. Структура органів публічного управління, її вплив на організацію зв'язків з громадськістю. 5. Головні проблеми публічного управління. Переваги та недоліки публічного PR. 6. Функції та завдання зв'язків з громадськістю у публічному управлінні.	2		<i>1 раз на 2 тижні</i>
2	Тема 3. Документи органів публічного управління по зв'язкам з громадськістю. План 1. Державні PR-документи: виступи, комюніке, звернення, ноти, меморандуми, договори. 2. Корпоративні PR-документи компанії: корпоративні видання, корпоративні газети і журнали. 3. Документи органів місцевого самоврядування: звіти, результати громадських слухань, резолюції обговорень. 4. Оцінка ефективності PR-повідомлень. Фактичні результати, вплив на ставлення до організації, ступінь реалізованості завдань, що ставилися. 5. Соціальна ефективність PR-діяльності як головний зміст зв'язків з громадськістю у державному управлінні.	2		<i>1 раз на 2 тижні</i>
3	Тема 4. Громадська думка і PR. План 1. Поняття «громадськість» у теорії і практиці PR та її типологізація. Громадськість та її різновиди. 2. Громадськість як соціальне явище. Громадськість за межами організації. Зміни у соціальній структурі сучасного суспільства та їх вплив на стан громадської думки. 3. Поняття громадськості у різні історичні періоди. Формування думок та задоволення очікувань громадськості. 4. Типи соціологічних досліджень громадської думки.	2		<i>1 раз на 2 тижні</i>
3	Тема 5. Планування процесу PR у державних установах План. 1. Планування в PR: визначення проблеми, планування	2		<i>1 раз на 2 тижні</i>

	<p>та програмування, дія та комунікація, оцінка програми.</p> <p>2. Стратегічне планування. Види та особливості тактичного планування.</p> <p>3. Планування стандартних подій. Особливості планування нестандартних подій.</p> <p>4. Оцінка ефективності PR-кампанії. Основні складові PR-оцінки.</p> <p>5. Контент-аналіз, опитування громадської думки, оцінка ефективності спеціально підготованих подій.</p>			
4	<p>Тема 6. Створення іміджу у публічному управлінні.</p> <p>План.</p> <p>1. Іміджмейкінг як одне з завдань паблік рілейшнз.</p> <p>2. Специфіка корпоративного іміджу. ПР у корпоративному просторі.</p> <p>3. Конструювання іміджу: місія, бачення, корпоративна філософія. Моніторинг, прогноз та своєчасне коректування іміджу.</p> <p>4. Проблеми публічного іміджмейкінгу як напрямку ПР.</p> <p>5. Основні компоненти іміджу. Планування PR-кампанії в іміджмейкерстві. Позиціювання, підвищення іміджу, дистанціювання від конкурентів, «контр реклама».</p> <p>6. Категорії об'єктів іміджмейкерства.</p> <p>7. Методи формування образу: приєднання клієнта, вкладена дія, зміна каналу сприйняття, «диво», натяк, модель експериментального неврозу.</p> <p>8. Психологічні аспекти створення образу. Розкручування нового бренда.</p>	2		<i>1 раз на 2 тижні</i>
4	<p>Тема 7. Технології застосування спеціальних методів у ПР.</p> <p>План.</p> <p>1. Специфічні прийоми ПР у відносинах із пресою: створення медіа-істеблішмента, «тіньові зустрічі» з лідерами, «злив» інформації. «Чорний піар».</p> <p>2. Організація роботи з громадськістю. Прес-конференція, брифінг, презентація, «паблік-тури», дні «відкритих дверей».</p> <p>3. Технології застосування спеціальних методів у ПР. Приклади PR-проектів у різних країнах світу.</p> <p>4. Формування журналістського оточення. Підготовка та проведення прес-конференції. Презентація державного, соціального або політичного проекту.</p> <p>5. Використання та види соціальної реклами.</p> <p>6. Роль ораторського мистецтва для державного діяча. Приклади вдалих промов у сучасному світі, їх вплив на ставлення до політика.</p>	2		<i>1 раз на 2 тижні</i>
Разом		14		



№ змістового модуля	Питання для самостійного опрацювання	Кількість годин	
		о/д.ф.	з.ф.
1	Теоретичне завдання Тема: «Роль PR у формуванні іміджу державних установ» Написати аналітичний звіт (обсяг 2–3 сторінки), де: <ul style="list-style-type: none"> • Розкрити значення PR для підвищення довіри громадян до органів влади. • Навести приклади вдалих PR-кампаній державних установ в Україні або за кордоном. • Сформулювати рекомендації для покращення PR-діяльності державних установ. 	10	14
1	Дослідницьке завдання Тема: «Етика у PR публічної служби» Зібрати інформацію про приклади порушень етичних стандартів у PR-діяльності державних установ. Написати коротке есе (1,5–2 сторінки) з аналізом, які наслідки мали ці порушення для репутації установи. Запропонувати шляхи попередження подібних ситуацій у майбутньому.	10	14
2	Практичне завдання Тема: «Розробка PR-кампанії для державної установи». Оберіть державну установу (національного або місцевого рівня). Розробіть план PR-кампанії з метою покращення її іміджу серед населення. У плані вкажіть: <ul style="list-style-type: none"> • Цільову аудиторію. • Головну мету та ключові повідомлення. • Конкретні інструменти та канали комунікації (соціальні мережі, ЗМІ, події тощо). • Орієнтовний бюджет та часові рамки. • Критерії оцінки ефективності кампанії. Представте результати у формі презентації (5–7 слайдів).	10	14
2	Порівняльний аналіз. Порівняння PR-стратегій двох різних державних органів. Виберіть два подібні за функціями державні органи (наприклад, міністерства освіти різних країн) і порівняйте їх PR-стратегії. Які відмінності ви помітили? Яка стратегія, на вашу думку, є більш ефективною? Чому?	10	14
2	Розробка PR-стратегії для нового державного проекту. Виберіть будь-який актуальний державний проект (наприклад, реформа освіти, розвиток інфраструктури) і розробіть для нього детальну PR-стратегію. Вкажіть цілі, аудиторію, ключові меседжі, канали комунікації, бюджет.	13	14
3	Написання прес-релізу про досягнення державного органу. Виберіть будь-яке досягнення державного органу і напишіть професійний прес-реліз.	15	14
3	Груповий проект Тема: «Взаємодія органів влади та громадськості через PR» У групах (3–5 осіб): Розробіть стратегію проведення публічного заходу, спрямованого на підвищення довіри до органів місцевої влади. Передбачте активності для різних аудиторій (молодь, старше покоління, бізнес). Презентуйте план заходу, враховуючи PR-супровід (анонси в медіа, запрошення журналістів, робота в соцмережах).	15	14
4	Творче завдання Тема: «Меседж державної установи у соціальних мережах»	15	14

	Створіть концепцію інформаційної кампанії в соціальних мережах для популяризації діяльності державної установи. Напишіть приклад 3–5 постів для Facebook/Instagram/X (із хештегами). Продумайте візуальне оформлення постів (опис дизайну, якщо немає графічних навичок). Розробіть інтерактивні елементи (наприклад, опитування, конкурси).		
4	Створення відеоролика для популяризації державної послуги. Виберіть будь-яку державну послугу і розробіть концепцію короткого відеоролика, який би популяризував цю послугу серед молоді.	15	14
4	Кейс-аналіз Тема: «Криза в публічній службі та її вирішення за допомогою PR» Проаналізуйте реальний або вигаданий кейс комунікаційної кризи в державному секторі. <ul style="list-style-type: none"> • Опишіть ситуацію, яка спричинила кризу. • Визначте помилки у комунікації. • Запропонуйте заходи, які могли б мінімізувати негативні наслідки. • Наведіть приклад вдалої комунікації, яка допомогла вирішити подібну проблему. 	15	20
Разом		128	146

8. Види і зміст поточних контрольних заходів

№ змістового модуля	Вид поточного контрольного заходу	Зміст поточного контрольного заходу*	Критерії оцінювання та термін виконання	Усього балів
1	Опитування	Семінарське заняття 1	5 балів – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. Найявна авторська позиція. 4 бали – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь студента відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. 3 бали – студент знає і може самостійно сформулювати основні поняття теми та пов'язати їх з реальними явищами. Проте відповідь змістовно неповна. Відповідь логічна, але розуміння не є узагальненим 2 бали – студент відтворює основні поняття і визначення, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теми, допускає помилки, які повною мірою самостійно виправити не може 1 бал - відповідь студента фрагментарна, зумовлена	5

			нечіткими уявленнями про закони і явища. У відповіді цілком відсутня самостійність	
	Практичне завдання	<u>Практичне завдання №1</u> Практичне аналітичне завдання. Написати аналітичний звіт (обсяг 2–3 сторінки), де: Розкрити значення PR для підвищення довіри громадян до органів влади. Навести приклади вдалих PR-кампаній державних установ в Україні або за кордоном. Сформулювати рекомендації для покращення PR-діяльності державних установ.	9-10 балів – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. Наявна авторська позиція 7-8 балів – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь студента відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. 5-6 балів – студент знає і може самостійно сформулювати основні поняття теми та пов'язати їх з реальними явищами. Проте відповідь змістовно неповна. Відповідь логічна, але розуміння не є узагальненим 3-4 бали – студент відтворює основні поняття і визначення, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теми, допускає помилки, які повною мірою самостійно виправити не може 1-2 бали - відповідь студента фрагментарна, зумовлена нечіткими уявленнями про закони і явища. У відповіді цілком відсутня самостійність.	10
2	Опитування	Семінарське заняття 2, 3.	5 балів – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. Наявна авторська позиція 4 бали – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь студента відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. 3 бали – студент знає і може самостійно	10

			<p>сформулювати основні поняття теми та пов'язати їх з реальними явищами. Проте відповідь змістовно неповна. Відповідь логічна, але розуміння не є узагальненим</p> <p>2 бали – студент відтворює основні поняття і визначення, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теми, допускає помилки, які повною мірою самостійно виправити не може</p> <p>1 бал - відповідь студента фрагментарна, зумовлена нечіткими уявленнями про закони і явища. У відповіді цілком відсутня самостійність</p>	
	Практичне завдання	<p><u>Практичне завдання №2</u></p> <p>Створення контент-плану для сторінки державного органу в соціальній мережі. Виберіть одну з популярних соціальних мереж і розробіть контент-план для сторінки конкретного державного органу на місяць.</p> <p>Проведіть порівняльний аналіз використання соціальних мереж різними державними органами. Які соціальні мережі є найбільш популярними? Який тип контенту є найбільш ефективним?</p>	<p>5 балів – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. Наявна авторська позиція</p> <p>4 бали – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь студента відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань.</p> <p>3 бали – студент знає і може самостійно сформулювати основні поняття теми та пов'язати їх з реальними явищами. Проте відповідь змістовно неповна. Відповідь логічна, але розуміння не є узагальненим</p> <p>2 бали – студент відтворює основні поняття і визначення, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теми, допускає помилки, які повною мірою самостійно виправити не може</p> <p>1 бал - відповідь студента фрагментарна, зумовлена нечіткими уявленнями про закони і явища. У відповіді цілком відсутня самостійність.</p>	5

3	Опитування	Семінарське заняття 4, 5	<p>5 балів – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. Найявна авторська позиція</p> <p>4 бали – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь студента відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань.</p> <p>3 бали – студент знає і може самостійно сформулювати основні поняття теми та пов'язати їх з реальними явищами. Проте відповідь змістовно неповна. Відповідь логічна, але розуміння не є узагальненим</p> <p>2 бали – студент відтворює основні поняття і визначення, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теми, допускає помилки, які повною мірою самостійно виправити не може</p> <p>1 бал - відповідь студента фрагментарна, зумовлена нечіткими уявленнями про закони і явища. У відповіді цілком відсутня самостійність</p>	10
	Практичне завдання	<p><u>Практичне завдання №3</u></p> <p>Роль PR у залученні інвестицій.</p> <p>Опрацювання проблемних питань:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Спонсоринг. 2. Принципи обрання об'єктів добродійності. 3. Механізм отримання грантів. Процес фандрайзингу. 	<p>5 балів – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. Найявна авторська позиція</p> <p>4 бали – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь студента відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань.</p> <p>3 бали – студент знає і може самостійно сформулювати основні поняття теми та пов'язати їх з реальними явищами. Проте відповідь змістовно</p>	5

			<p>неповна. Відповідь логічна, але розуміння не є узагальненим</p> <p>2 бали – студент відтворює основні поняття і визначення, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теми, допускає помилки, які повною мірою самостійно виправити не може</p> <p>1 бал - відповідь студента фрагментарна, зумовлена нечіткими уявленнями про закони і явища. У відповіді цілком відсутня самостійність.</p>	
4	Опитування	Семинарське заняття 6,7	<p>5 балів – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. Наявна авторська позиція</p> <p>4 бали – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь студента відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань.</p> <p>3 бали – студент знає і може самостійно сформулювати основні поняття теми та пов'язати їх з реальними явищами. Проте відповідь змістовно неповна. Відповідь логічна, але розуміння не є узагальненим</p> <p>2 бали – студент відтворює основні поняття і визначення, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теми, допускає помилки, які повною мірою самостійно виправити не може</p> <p>1 бал - відповідь студента фрагментарна, зумовлена нечіткими уявленнями про закони і явища. У відповіді цілком відсутня самостійність.</p>	10
	Практичне завдання	Практичне завдання №4 Інноваційні методи навчання PR: використання симуляцій,	<p>9-10 балів – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні</p>	5

		гейміфікації, онлайн-платформ. Або. Сучасні тренди в PR: вплив штучного інтелекту, віртуальної реальності, інфлюенсер-маркетингу.	питання. Відповідь відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. Найявна авторська позиція 7-8 балів – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь студента відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. 5-6 балів – студент знає і може самостійно сформулювати основні поняття теми та пов'язати їх з реальними явищами. Проте відповідь змістовно неповна. Відповідь логічна, але розуміння не є узагальненим 3-4 бали – студент відтворює основні поняття і визначення, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теми, допускає помилки, які повною мірою самостійно виправити не може 1-2 бали - відповідь студента фрагментарна, зумовлена нечіткими уявленнями про закони і явища. У відповіді цілком відсутня самостійність.	
Усього за змістові модулі	8			60

9. Підсумковий семестровий контроль

Форма	Види підсумкових контрольних заходів	Зміст підсумкового контрольного заходу*	Критерії оцінювання	Усього балів
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Залік	Теоретичне завдання: тестування у системі Moodle	Питання для підготовки: Питання для підготовки і тести розміщено у Moodle https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=9994	1 бал за кожен правильну відповідь. На проходження тесту дається 20 хвилин і одна спроба	20
	Практичне завдання	Практичне завдання Тема: «Розробка PR-кампанії для державної установи» Оберіть державну установу (національного або місцевого рівня). Розробіть план PR-кампанії з метою покращення її іміджу серед населення. У плані вкажіть: Цільову аудиторію.	20-18 – робота повністю розкриває тему, логічно структурована, оперування багатьма теоретичними поняттями, висока аргументованість відповіді, переконливе демонстрування власної авторської	20

	<p>Головну мету та ключові повідомлення.</p> <p>Конкретні інструменти та канали комунікації (соціальні мережі, ЗМІ, події тощо).</p> <p>Орієнтовний бюджет та часові рамки.</p> <p>Критерії оцінки ефективності кампанії.</p> <p>Представте результати у формі презентації (5–7 слайдів).</p>	<p>позиції, наведені прикладів з політично практики;</p> <p>17-14 – положення та висновки есе недостатньо аргументовані, але робота достатньо логічна</p> <p>13-10 – недостатньо чітка структура, аргументація положень має незавершений характер, розмита конкретика</p> <p>9-5 - відсутня чітка структура, описовий характер</p> <p>4-1 – робота фрагментарна, відсутня логіка та структура</p>	
Усього балів			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)		

9. Рекомендована література

Основна:

1. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю навчальний посібник Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.
2. Романовський О.Г. Основи паблік рилейшнз : навчальний посібник. Харків : НТУ «ХП», 2017. 176 с.
3. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: навчальний посібник. Київ : МАУП, 2001. 104 с.
4. Смірнова К.В. PR менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 192 с.
5. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю: навчальний посібник. Київ: НМЦВО, 2001 560 с.

Додаткова:

1. Балабанова Л.В., Савельєва К.В. Зв'язки з громадськістю. Донецьк: ДонДУЕТ. 2007. 394 с.
2. Барна Н.В. Іміджологія: навч. посібн. Київ: Університет "Україна", 2007. 217 с.
3. Білан Н. І., Нетреба М. М. Організація роботи прес-служб: навч. посіб. К : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2015. 304 с.
4. Білоус В.С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2005. 275 с.
5. Гапоненко В. А., Рихлік В. А. Зв'язки з громадськістю: навч. Посібник. Київ: КНЕУ, 2015. 238 с.
6. Гримська М. І. Зв'язки з громадськістю: підруч. для студентів вищ. навч. закл. Харків: Фоліо, 2015. 413 с.
7. Євтухова С. М. Паблік рилейшнз. Навчально-методичний посібник. Херсон: Видавництво ХДУ, 2015. 151 с.
8. Зубарева М. А. Прикладні антикризові PR-технології: навч. посіб. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. 162 с.
9. Історія зв'язків із громадськістю: конспект лекцій / укладач Н. С. Подоляка. Суми: Сумський державний університет, 2016. 158 с.
10. Кальна-Дубінюк Т. П., Буряк Р. І. Паблік рилейшнз: навч. посіб. для консалтингу. Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М. 2010. 204 с.
11. Кендюхов О. В., Янгельська К. Ю. Паблік рилейшнз в корпоративному брендингу: механізм управління та методологія оцінки: монографія. Донецьк: Донец. нац. техн. ун-т. 2010. 225 с.
12. Основи реклами та зв'язків з громадськістю: підручник / за заг.ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. 431 с.
13. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування: Монографія / О.В. Бабкіна, В.В. Басалюков, В.М. Бебик та ін.; За заг. ред. В.М. Бебика, С.В. Куніцина. Київ : МАУП, 2003. 240 с.
14. Ромат Є. В. Маркетинг у публічному управлінні : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 288 с.
15. Яцько Н. Б. PR та маніпуляції: практичний словник. Київ: Видавець Карпенко В.М., 2013. 472 с.



1. Бажинова О. А. Механізми комунікації влади та громадськості в умовах глобалізації. URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/putp/2012-4/doc/4/06.pdf>
2. Зацерківна М. О. Вивчення зв'язків із громадськістю як виду діяльності та функції управління: методологічний аспект. *Вісник ХДАК*. Випуск 52. 2018. С.160-168. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/haksk_2018_52_17
3. Кияниця Є. Основні моделі зв'язків з громадськістю в соціально-культурній сфері. Інтегровані комунікації. 2016. №1. С. 36-42. URL: <https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/17/7>
4. Красноступ Г.М. Основні напрями правового забезпечення державної інформаційної політики. URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2013-3/doc/3/06.pdf><http://www.minjust.gov.ua/30768>

11. Регуляції і політики курсу

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.

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 (перепарфразування чужої праці без згадування оригінального автора). Будь-яка ідея, думка чи речення, ілюстрація чи фото, яке ви запозичуєте, має супроводжуватися посиланням на першоджерело.

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 (термінологічних диктантів, контрольних робіт, іспитів) використання гаджетів заборонено. У разі порушення цієї заборони роботу буде анульовано без права перескладання.

Визнання результатів неформальної/інформальної освіти. Процедура врахування результатів, отриманих здобувачем за рахунок неформальної/інформальної освіти, регулюється Положенням Запорізького національного університету про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти (2022 р.).

https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/normatyvna_basa/polozhennya_znu_pro_poryadok_viznannya_rezul_tat_v_navchanny_a.pdf

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 Zoom та ін. – регулярно розміщуються 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 ngml@ukr.net. У листі обов'язково вкажіть ваше прізвище та ім'я, курс та шифр академічної групи. Для отримання швидкої відповіді пишiть повідомлення у Telegram.



ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2024-2025 рр.

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

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>.

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 методику 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/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:

y_banakh@znu.edu.ua

Гаряча лінія: Тел. (061) 227-12-76



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/>

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>