

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Силабус навчальної дисципліни

«Корпоративна реклама та PR»



ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Силабус навчальної дисципліни

«Корпоративна реклама та PR»



ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Корпоративна реклама та PR»

підготовки бакалаврів

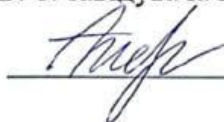
денної форми здобуття освіти

освітньо-професійна програма «Журналістика»
спеціальності 061 Журналістика
галузі знань 06 Журналістика

ВИКЛАДАЧ: Чернявська Людмила Віталіївна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри журналістики

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри журналістики

Протокол № 1 від «29» серпня 2025 р.
В. о. завідувача кафедри журналістики

 А. І. Тернова

Погоджено
Гарант освітньо-професійної
програми


М. В. Чабаненко

2025 рік



Зв'язок з викладачем (викладачами):

E-mail: liudmylachern75@gmail.com

Сезн ЗНУ повідомлення: Людмила Чернявська (в особисті)

Інші засоби зв'язку: Telegram, нік @Lvchern

Кафедра журналістики, 207 ауд. 2 корпус ЗНУ.

1. Опис навчальної дисципліни

Корпоративні комунікації стали одним із трендів соціально відповідального бізнесу. Поряд із традиційними формами комунікації (такими як – масмедійні платформи) активно використовуються соціальні медіа, HR-технології, корпоративну соціальну відповідальність як просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу і суспільству і сприяють соціальному, економічному і екологічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного впливу бізнесу на суспільство і мінімізації негативного.

Метою викладання навчальної дисципліни «Корпоративна реклама та PR» є надання майбутнім фахівцям ґрунтовних знань та вмій щодо теоретичних та прикладних аспектів технологій внутрішніх корпоративних зв'язків з громадськістю та специфікою комунікаційної взаємодії бізнес-структур із стейкхолдерами. Основними завданнями вивчення дисципліни «Корпоративна реклама та PR» є: теоретичні та прикладні аспекти внутрішніх комунікацій організації; системний характер та структуру корпоративних комунікацій; зарубіжний та вітчизняний досвід використання комунікаційних технологій у практичній PR-діяльності.

Пререквізити дисципліни: ВКС 5 Вибіркова дисципліна № 5.

Постреквізит дисципліни: підсумкова атестація (ПА1).

Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти
Статус дисципліни	Вибіркова
Семестр	8-й
Кількість кредитів ECTS	3
Кількість годин	90
Лекційні заняття	12 год.
Практичні заняття	22 год.
Самостійна робота	56 год.
Консультації	Google meet щопонеділка, 12-55 – 14-15
Вид підсумкового семестрового контролю:	Залік
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7335



2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності/ результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях. ЗК06. Здатність до адаптації до дій в новій ситуації. ФК03. Здатність створювати медіапродукт. ФК04. Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність. ПРН9. Використання необхідних знань і технологій для виходу з кризових ситуацій. ПРН10. Передбачення реакції аудиторії на інформацію продукт.	<p>Теоретичні – виклад матеріалу із подальшим тестуванням у системі Moodle).</p> <p>Практичні – виконання практичних завдань.</p> <p>Наочні – ілюстративний демонстративний матеріал.</p> <p>Проблемно-пошуковий – робота із навчальними технологіями, підготовка матеріалів.</p>	Методи контролю і самоконтролю (усний, письмовий). Самостійно-пошукові методи (виконання практичних завдань). Контрольні заходи: тестові завдання; індивідуальне практичне завдання; залік.

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Корпоративна культура та корпоративні комунікації

Поняття корпоративної культури. Структура організаційної культури. Моделі корпоративної культури. Формування корпоративної культури. Створення корпоративного кодексу компанії. Складові елементи корпоративної культури. Залучення талантів та управління талантами. Переваги фірмового корпоративного стилю.

Змістовий модуль 2. Внутрішня комунікація та HR-технології

Поняття організаційної комунікації. Види організаційної комунікації. Культурна зумовленість комунікації. Організація внутрішнього PR: функції, завдання. Методи і стилі організації внутрішнього PR. Корпоративні медіа як засоби комунікації. HR-тренди. Розвиток Soft skills. Коучинг і коучинговий процес.

Змістовий модуль 3. Зовнішня комунікація

Робота з медіа: пресрелізи, пітчінг тем, організація пресконференцій та брифінгів. Інструменти корпоративної реклами: іміджеві кампанії, спонсорство та меценатство. GR (Government Relations): основи взаємодії з органами державної влади та громадськими організаціями. Контент-маркетинг і стратегія присутності компанії на різних платформах (LinkedIn, Facebook, Instagram). Робота з лідерами думок (Influencer Marketing): як обирати амбасадорів, що відповідають цінностям бренду. Антикризовий PR: розробка алгоритмів реагування на репутаційні загрози та «інформаційні атаки».



Змістовий модуль 4. Корпоративна соціальна відповідальність

Рівні формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства. Теорії корпоративної соціальної відповідальності: теорія корпоративного егоїзму, теорія розумного егоїзму, теорія корпоративного альтруїзму. Сучасні напрями реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності: американська модель, європейська модель, азійська модель. Особливості моделі корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття /роботи	Назва теми	Кількість Годин		Згідно з розкладом (для денної форми)
		о/д.ф.	з.ф.	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Лекція 1	Корпоративна культура та корпоративні комунікації	3	2	<i>1 пара (2 год) на 2 тижні</i>
Практичне 1	Корпоративна культура та корпоративні комунікації	6	2	<i>Щотижня 1 пара (2 год)</i>
Лекція 2	Внутрішня комунікація та HR-технології	3	2	<i>1 пара (2 год) на 2 тижні</i>
Практичне 2	Внутрішня комунікація та HR-технології	6	2	<i>Щотижня 1 пара (2 год)</i>
Лекція 3	Зовнішня комунікація	3		<i>1 пара (2 год) на 2 тижні</i>
Практичне 3	Зовнішня комунікація	6		<i>Щотижня 1 пара (2 год)</i>
Лекція 4	Корпоративна соціальна відповідальність	3		<i>1 пара (2 год) на 2 тижні</i>
Практичне 4	Корпоративна соціальна відповідальність	6		<i>Щотижня 1 пара (2 год)</i>

5. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття/ роботи	Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу*	Критерії оцінювання та термін виконання*	Усього балів
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Поточний контроль				
Практичне заняття №1	Навчальне завдання	Запропонуйте концепцію корпоративного кодексу використавши орієнтовний план, який наведено в таблиці: Історія компанії Цінності Місія і візія Норми корпоративної поведінки Стандарти роботи Комунікаційні правила і вимоги	Повне оформлення із ілюстраціями 12 прикладів, висновком – 12 балів. Наявність помилок, відсутність скріншотів невчасно здане завдання знижує	10



		Обов'язки і відповідальність Права людини .	оцінку на 1 б.	
Лекція № 1	Тестування	Тестування в системі Moodle. 3 питання з вибором 1 правильної відповіді з множини.	У разі повної відповіді на всі питання студент отримує 5 б.	5
Практичне заняття №2	Робота із модельованими ситуаціями	Підготувати план заходів з метою вирішення проблемних ситуацій на робочому місці. Обрати одну із проблемних ситуацій і розробити низку заходів, щоб усунути дратівливі фактори на роботі: • неприємні запахи, наприклад одеколону, поту, тютюнового диму і їжі; • брудні кавові чашки; • колеги, які не знімають трубку, коли дзвонить телефон; • приватні розмови; • регулярно спізнюються співробітники; • безлад на робочому столі; • лестять начальнику співробітники; • колеги, які постійно нагадують про те, що вони затримуються на роботі.	Повне ілюстративне оформлення із зазначенням мети використання кожного елементу – 10 б. Наявність помилки, невчасно здане завдання знижує оцінку на 1 б.	10
Лекція № 2	Тестування	Тестування в системі Moodle. Питання з вибором 1 правильної відповіді з множини.	У разі повної відповіді на всі питання студент отримує 5 б.	5
Практичне заняття №3	Створення та презентація моделі	Створіть контент-маркетинг для компанії (на вибір студента). Оберіть дві платформи (LinkedIn та Instagram) і запропонуйте матеріали: Тези для одного поста в LinkedIn (орієнтація на бізнес-спільноту). Ідею для серії Stories в Instagram (орієнтація на молодь).	Корисний, цікавий, візуально привабливий матеріал – 10 б. Наявність помилки, неякісна обробки відео, невчасна здача знижують оцінку на 1 б.	10
Лекція №3	Тестування	Тестування в системі Moodle. Питання з вибором 1 правильної відповіді з множини.	У разі повної відповіді на всі питання студент отримує 5 б.	5
Практичне заняття №4	Розробка і презентація проєкту	Запропонуйте ідею спонсорства або благодійництва, яку компанія може реалізувати в межах корпоративної соціальної відповідальності.	Корисний, цікавий текст, вдале візуальне оформлення – 10 б. Наявність помилки, відсутність /	10



			перенасичення ефектами знижують оцінку на 1 б.	
Лекція № 4	Тестування	Тестування в системі Moodle. Питання з вибором 1 правильної відповіді з множини.	У разі повної відповіді на всі питання студент отримує 5 б.	5
Усього за поточний контроль				60
Підсумковий контроль				
Індивідуальне завдання	Практичне завдання	Виконайте одне із завдань на вибір 1. Користуючись підручником "Основи коучингу" розробити власну коч-сесію на самостійно обрану тему. 2. Підготувати заняття для одногрупників із власної професійної практики або хобі. Заняття має бути розраховане на 40-50 хвилин, супроводжуватись презентацією, завданнями для аудиторії, бути побудованим у формі тренінгу.	Підготовлене і проведення заняття або коуч-сесія – 20 б. Наявність помилок, зменшеної кількості матеріалів, невчасна презентація зменшують оцінку на 1 б.	20
Залік	Теоретичне завдання	Відповідь на 10 текстових питань вибору із множини із 1 правильною відповіддю У випадку очного навчання – усна відповідь із письмовою фіксацією на 2 теоретичні питання зі списку.	Відповіді передбачають вибір із множини одного правильного варіанту. Час обмежений – 15 хвилин. Тести проходять студенти на парі з першої спроби. Максимальна оцінка за кожну правильну відповідь – 2 бали. Повна відповідь, цитування дослідників, використання порівнянь, аналогій – 10 б за кожне питання. Неповна відповідь, не використання джерельної бази – 5–7 б. Слабке	20



			володіння понятійним апаратом, джерельною базою, відсутність прикладів – до 4 б.	
Усього за підсумковий контроль				40

Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

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

6. Основні навчальні ресурси

Рекомендована література

1. Загорулько Є. Олтаржевський Д. Корпоративні комунікації: свіжий погляд. Київ : Арт Економі, 2023. 360 с.
2. Гончар О. І., Хачатрян В.В. Корпоративна соціальна відповідальність – сучасний вектор розвитку підприємницького потенціалу. Вісник Хмельницького національного університету. *Економічні науки*. 2017. № 6. Т. 3 (253). С.263–271.
3. Смірнова К.В. PR-менеджмент. Конспект лекцій. Одеса : ОДЕУ, 2021.71 с.
4. Чернявська Л. В. Соціальна відповідальність медіа в умовах російсько-української війни. *Держава та регіони*. Серія: Соціальні комунікації. 2022. № 3. С. 59–65.
5. Bajaj R. Function Of Public Relations In Establishing And Maintaining Corporate Image. *Journal for Re Attach Therapy and Developmental Diversities*. 2023. № 6. P. 465–470.
6. Oparaugo B. Role of Public Relations in Corporate Image Building and Sustenance. *International Journal of Applied Research in Business and Managemen*. 2021. Vol. 02. Issue 01. P. 26–37.
7. Zykun N., Zoska Y., Voronova V., Fayvishenko D., Kyiashko Yu., Kumachova A. Managing consumer behaviour through social communications. *Estudios de Economia Aplicada*. 2023. Volumen: 39-3. № 3. P.1–12.

Інформаційні джерела

1. Спеціалізований ресурс з PR і інших комунікацій. URL: <http://www.publicity.kiev.ua/>
2. КСВ в Україні. Інформаційний бюлетень. URL:[http:// www.csrukraine.org/user-files/file/Concept_Draft.pdf](http://www.csrukraine.org/user-files/file/Concept_Draft.pdf).
3. Асоціація корпоративних медіа України : веб-сайт. URL : <http://www.acmu.com.ua/>



5. Блог агентства Hoshva PR : веб-сайт. URL : <http://hoshvapr.com.ua/blog>

7. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Відвідування занять обов'язкове, оскільки освітній компонент зорієнтовано на максимальну практику отримання навичок, корисних теоретичних відомостей для виконання професійних завдань. Очікується, що студенти в аудиторії (дистанційно, очно) активно відповідають на питання, підтримують конструктивну дискусію, виконують практичні завдання у рамках лекції.

Завдання мають бути виконані перед заняттями та завантажені у Moodle. Пропуски можливі лише з поважної причини, підтвердженої документально. Відпрацювання пропущених занять має бути регулярним за домовленістю з викладачем у години консультацій. За умови систематичних пропусків може бути застосована процедура повторного вивчення дисципліни (див. посилання на Положення у додатку до силабусу).

Політика академічної доброчесності

Кожний студент зобов'язаний дотримуватися принципів академічної доброчесності. Письмові творчі завдання з використанням часткових або повнотекстових запозичень з інших робіт без зазначення авторства, створені лише силами штучного інтелекту – це *плагіат*. Використання будь-якої інформації (текст, музика, фото, ілюстрації тощо) мають бути правильно застосовані з посиланням на автора! До студентів, у роботах яких буде виявлено списування, плагіат чи інші прояви недоброчесної поведінки як творчого, так і академічного напрямку, можуть бути застосовані різні дисциплінарні заходи (див. посилання на Кодекс академічної доброчесності ЗНУ в додатку до силабусу).

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Будь ласка, переведіть у беззвучний режим свої мобільні телефони та не користуйтеся ними під час занять (офлайн). Якщо розмова термінова, то відійдіть із аудиторії та згодом поверніться. Під час занять заборонено надсилання текстових повідомлень, прослуховування музики, перевірка електронної пошти та месенджерів, соціальних мереж. Електронні пристрої можна використовувати лише за умови виробничої необхідності в них (за погодженням з викладачем). Під час дистанційного навчання очікується, що здобувачі будуть із увімкненими камерами. Мікрофони варто вмикати під час дискусії та відповіді на питання.

Комунікація

Очікується, що студентство регулярно перевірятиме сторінку дисципліни в Moodle та реагуватиме своєчасно. Усі робочі оголошення надсилаються через Moodle у розділі «Форум новин».

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ НА 2025-2026 н.р. доступний за адресою: https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/1635.ukr.html.

НАВЧАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь 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://lnk.ua/gk4x2wkVy>.



ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (у 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. Процедура повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://lnk.ua/9MVwgEpVz>.

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://lnk.ua/EYNg6GpVZ>.

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://lnk.ua/QRVdWGwe3>; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://lnk.ua/3R4avGqeJ>.

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: v_banakh@znu.edu.ua
Гаряча лінія: тел. (061) 227-12-76, факс 227-12-88

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. Спеціалізована допомога: (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://lnk.ua/5pVJr17VP>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА: <https://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 ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ (СЕЗН ЗНУ): <https://moodle.znu.edu.ua/>.

Посилання для відновлення паролю: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

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