

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



## СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ В РЕКЛАМІ ТА PR

### РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки бакалавра  
очної (денної) та заочної (дистанційної) форм здобуття освіти  
спеціальності 061 «Журналістика»  
освітньо-професійна програма «Реклама та зв'язки із громадськістю»

**Укладач:** Баранецька Анна Дмитрівна, к.н.соц.ком, доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності

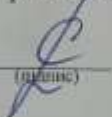
Обговорено та ухвалено  
на засіданні кафедри соціальних  
комунікацій та інформаційної діяльності  
Протокол № 7 від "23" січня 2024 р.  
Завідувач кафедри

  
В.В. Березенко  
(ініціали, прізвище)

Ухвалено науково-методичною радою  
факультету журналістики  
Протокол № 6 від "24" січня 2024 р.  
Голова науково-методичної  
ради факультету

  
Н.В. Романюк  
(ініціали, прізвище)

Погоджено  
Гарант освітньо-професійної програми

  
Санакоєва Н.Д.  
(ініціали, прізвище)

2024 рік

## 1. Опис навчальної дисципліни

Галузь знань, спеціальність, освітня програма рівень вищої освіти	Нормативні показники для планування і розподілу дисципліни на змістові модулі	Характеристика навчальної дисципліни
		очна (денна) форма здобуття освіти
Галузь знань - 06	Кількість кредитів – 3	<b>вибіркова</b>
		Цикл професійної підготовки освітньої програми
Спеціальність - 061 «Журналістика»	Загальна кількість годин – 90	<b>Семестр:</b>
		6-й
		<b>Лекції</b>
		24 год.
Освітньо-професійна програма «Реклама та зв'язки із громадськістю»	Змістових модулів – 4	<b>Практичні</b>
		12 год.
Рівень вищої освіти: бакалаврський	Кількість поточних контрольних заходів – 8	<b>Самостійна робота</b>
		54 год.
		<b>Вид підсумкового семестрового контролю:</b> екзамен

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** вивчення навчальної дисципліни «Стратегічні комунікації в рекламі та PR» є ознайомлення зі базовими засадами, принципами стратегічного управління комунікаціями як вагомого аспекту реалізації ефективної інформаційно-комунікаційної діяльності та набуття умінь розбудови комунікаційних стратегій.

Основні **завдання** вивчення дисципліни полягають в опануванні студентами теоретико-методологічної бази курсу; в ознайомленні зі специфікою управління інформацією та процесом комунікації в реалізації комунікаційної стратегії; осмисленні закономірностей та тенденцій налагодження двостороннього та довготривалого зв'язку з аудиторіями; набутті цілісного уявлення про організацію взаємодії з мас-медіа та в реалізації/застосуванні комунікаційного інструментарію.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти мають **знати**:

- зміст основних понять курсу «стратегія», «тактика», «стратегічні комунікації», «комунікативна стратегія», «комунікаційний менеджмент», «менеджмент новин», «івент-менеджмент», «імідж-менеджмент», «іміджмейкінг», «медіарилейшнз»;
- базові засади розробки комунікаційної стратегії та основні положення стратегічного управління комунікаціями;
- основні етапи стратегічного планування комунікацій;
- принципи реалізації ефективної співпраці зі ЗМІ;
- ключові аспекти реалізації комунікацій у кризових ситуаціях;

**уміти**:

- застосовувати засвоєні теоретичні знання щодо організації стратегічного планування комунікації у практичній діяльності;
- керуватися базовими положеннями з розробки комунікаційної програми;
- визначати доцільні канали комунікації;
- розробляти основні положення комунікаційної програми;
- розбудовувати взаємозв'язки з медіа та формувати відповідний план публіситі.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти мають досягти таких результатів навчання (**компетентностей**):

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути таких результатів навчання (знання, уміння тощо) та компетентностей:

Заплановані робочою програмою результати навчання та компетентності	Методи і контрольні заходи
<p>компетентності:</p> <p>ЗК3. Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності.</p> <p>ЗК6. Навички використання інформаційних і комунікативних технологій.</p> <p>ФК6. Здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації.</p> <p>ФК9. Здатність використовувати PR та інші прикладні соціокомунікаційні технології в умовах сучасної інформаційно-технологічної інфраструктури.</p>	<p>Виклад лекційного матеріалу, пошукова робота студента, практичні завдання, творчі завдання, обговорення теоретичного матеріалу (усне вибіркоче опитування), тестування, ситуаційне моделювання, ведення дискусій, фронтальна перевірка знань та самоконтроль (виконання тестів та завдань)</p>
<p>Програмні результати навчання</p> <p>РН1. Знати і розуміти наукові засади організації, модернізації та впровадження новітніх технологій в інформаційній, бібліотечній та архівній діяльності.</p> <p>РН5. Узагальнювати, аналізувати і синтезувати інформацію в діяльності, пов'язаній із її пошуком, накопиченням, зберіганням та використанням.</p> <p>РН11. Здійснювати пошук інформації в різних джерелах для розв'язання професійних завдань.</p> <p>РН15. Використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва.</p>	<p>Перевірка теоретичного матеріалу, тестування, практичні завдання та усне опитування.</p>

### **Міждисциплінарні зв'язки.**

Специфіка вивчення курсу «Стратегічні комунікації в рекламі та PR» передбачає його тісний зв'язок із іншими дисциплінами, зокрема зі «Зв'язки з громадськістю в інформаційній діяльності», «Інформаційна справа в бізнесі», які становлять своєрідну платформу в осмисленні сутності зв'язків із громадськістю та формують уявлення про специфіку цієї професії.

## **3. Програма навчальної дисципліни**

*Змістовий модуль 1. Вступ. Сутність явища «стратегічні комунікації». PR як різновид стратегічного управління комунікаціями.*



<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>
1	15	8	6	2	7	5	5	10
2	15	10	6	4	5	5	5	10
3	15	8	6	2	7	5	5	10
4	15	10	6	4	5	5	5	10
Усього за змістові модулі	60	36	24	12	24			60
Підсумковий семестровий контроль <b>екзамен</b>	30				30	20	20	40
Загалом			<b>90</b>			<b>100</b>		

### 5. Теми лекційних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин
		о/д ф.
1	Вступ. Сутність явища «стратегічні комунікації». PR як різновид стратегічного менеджменту. Планування PR-діяльності.	6
2	Розбудова комунікаційної стратегії. Медіарилейшнз: заходи та документація для взаємодії зі ЗМІ. Менеджмент новин.	6
3	Комунікативний інструментарій в інформаційному просторі. Технології «м'якої сили»: спіндокторинг, фреймінг. Пропаганда як технологія інформаційно-комунікаційного управління.	6
4	Оцінювання ефективності реалізації комунікацій. Кризові комунікації в контексті стратегічного менеджменту комунікацій.	6
<b>Разом</b>		<b>24</b>

### 6. Теми практичних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин
		о/д ф.
1	Вступ. Сутність явища «стратегічні комунікації». PR як різновид стратегічного менеджменту.	2
2	Розбудова комунікаційної стратегії.	4
3	Комунікативний інструментарій в інформаційному просторі.	2
4	Оцінювання ефективності реалізації комунікацій. Кризові комунікації в контексті стратегічного менеджменту комунікацій.	4
<b>Разом</b>		<b>12</b>

### 7. Види і зміст поточних контрольних заходів

№ змістового модуля	Вид поточного контрольного заходу	Зміст поточного контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	Перевірка теоретичних знань (тести, усне)	Питання для підготовки: план практичного заняття 1 (ЗМ 1, розділ 3 РП). Виконання завдання	За повну відповідь на питання теми – 2б. За участь в обговоренні –	5

	опитування,)	поданого за темою практичного заняття передбачає його обговорення під час заняття та\або прикріплення до рубрики «завдання» у форматі звичайного документа або презентації на платформі Moodle.	1 б. Практичне завдання – 2 б.	
	Тести	Тестування за ЗМ 1	Тести містять 5-10 питань і максимально може бути оцінено у 5 бали	5
<b>Усього за ЗМ 1 контр. заходів</b>	2			10
2	Усне обговорення	Питання для підготовки: плани практичних занять 2,3 (ЗМ 2, розділ 3 РП). Виконання завдання поданого за темою практичного заняття передбачає його обговорення під час заняття та\або прикріплення до рубрики «завдання» у форматі звичайного документа або презентації на платформі Moodle.	За повну відповідь на питання теми – 2б. За участь в обговоренні – 1 б. Практичне завдання – 2 б.	5
	Тест	Тестування за темами ЗМ 2.	Тести містять 5-10 питань і максимально можуть бути оцінені в 5 бали	5
<b>Усього за ЗМ 2 контр. заходів</b>	2			10
3	Усне опитування	Питання для підготовки: плани практичних занять 4 (ЗМ 3, розділ 3 РП). Виконання завдання поданого за темою практичного заняття передбачає його обговорення під час заняття та\або прикріплення до рубрики «завдання» у форматі звичайного документа або презентації на платформі Moodle.	За повну відповідь на питання теми – 2б. За участь в обговоренні – 1 б. Практичне завдання – 2 б.	5
	Тестування	Тестування за темами ЗМ 3.	Тест оцінюється максимально у 5 балів.	5
<b>Усього за ЗМ 3 контр. заходів</b>	2			10
4	Усне опитування/тести	Питання для підготовки: плани практичних занять 5,6 (ЗМ 1, розділ 3 РП). Виконання завдання поданого за темою практичного заняття передбачає його обговорення під час заняття та\або прикріплення до рубрики «завдання» у форматі звичайного	За повну відповідь на питання теми – 2б. За участь в обговоренні – 1 б. Практичне завдання – 2 б.	5

		документа або презентації на платформі Moodle.		
	Тестування	Тестування за темами ЗМ 4.	Тест оцінюється максимально у 5 бали.	5
<b>Усього за ЗМ 4 контр. заходів</b>	<b>2</b>			<b>10</b>
<b>Усього за змістові модулі контр. заходів</b>	<b>8</b>			<b>60</b>

### 8. Підсумковий семестровий контроль

Форма	Види підсумкових контрольних заходів	Зміст підсумкового контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
<b>Екзамен</b>	Теоретичні завдання	Усна частина заліку передбачає проходження підсумкового тесту, питання на який формуються за теоретичним матеріалом усіх змістових модулів. Перелік питань поданий у системі Мудл.	Екзамен проводиться в усній формі при очній/дистанційній формі навчання. Складається із відповіді на тестові завдання – до 20 балів. Усього за екзамен можна отримати до 20 балів.	20
	Індивідуальне практичне завдання	Передбачає виконання завдання: розробити стратегічні комунікації (варто вказати філософію, місію, мету та завдання майбутньої комунікації), розпланувати за етапами, тактичними засобами (представити план комунікацій).	Студент може отримати до 20 балів за умови визначення цілісної концепції за визначеними критеріями (презентація/друкований документ). Здають у паперовому варіанті (під час очного навчання) та надсилають у вигляді документа на платформу Moodle (під час дистанційного навчання) за 10 днів до закінчення навчання. За порушення термінів здачі знімаються 5 балів.	20
<b>Усього за підсумковий семестровий контроль</b>	<b>2</b>			<b>40</b>

### 9. Рекомендована література

#### Основна:

1. Взаємодія зі ЗМІ : посібник. Київ : б/в, 2021. 38 с. URL: <https://www.euam-ukraine.eu/wp-content/uploads/2021/11/Interacting-with-Media-Compendium-II-UA.pdf>

2. Комунікаційний інструментарій для державних службовців. Київ : б/в., 2018. URL: <https://eu-ua.org/sites/default/files/communication-toolkit-a4u-mip-ukr.pdf>
3. Коник Д. Стратегічні комунікації : посібник для держслужбовців. Київ : б/в., 2016. 256 с.
4. Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій : практ. посіб. / за заг. ред. О. Давліканової, Л. Компанцевої. Київ : ТОВ «ВІСТКА», 2022. 278 с.
5. Компанцева Л. Ф., Акульшин О. В., Гай М. О. Стратегічні комунікації для фахівців сектору безпеки і оборони : практичний poradник. Київ : Нац. акад. СБУ, 2019. 212 с.
6. Саранча О., Кириченко В., Павленко Т. Посібник із комунікацій для громадських ініціатив. Слов'янськ : б/в, 2021. 66 с.
7. Стратегічні комунікації : підручник. Київ : Вадекс, 2019. 446 с. URL: [file:///C:/Users/user/Desktop/%D0%A0%D0%9E%D0%91%D0%9E%D0%A2%D0%90%202022-2023-2024/C%D0%9A/%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%86%D0%A7%D0%9D%D0%86%20%D0%9A%D0%9E%D0%9C%D0%A3%D0%9D%D0%86%D0%9A%D0%90%D0%A6%D0%86%D0%87\\_181%20-%20218%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Desktop/%D0%A0%D0%9E%D0%91%D0%9E%D0%A2%D0%90%202022-2023-2024/C%D0%9A/%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%86%D0%A7%D0%9D%D0%86%20%D0%9A%D0%9E%D0%9C%D0%A3%D0%9D%D0%86%D0%9A%D0%90%D0%A6%D0%86%D0%87_181%20-%20218%20(1).pdf)
8. Стащук І. Стратегічна комунікація в роботі громадських організацій : короткий практичний посібник для навчання, фасилітації, планування комунікаційних кампаній. Запоріжжя : б/в, 2020. 84 с.

#### **Додаткова:**

1. Баранецька А. Д. Стратегічні основи PR-комунікації. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2018. № 2. С. 81-84.
2. Баранецька А. Д. Зв'язки з громадськістю як стратегія комунікацій. *Соціальні комунікації: інструменти, технологія і практика : матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції*. Запоріжжя : КПУ, 09-10 березня 2018. С. 48-51.
3. Баранецька А. Д. Журналістський текст як стратегічна комунікація. *Мова. Суспільство. Журналістика : матеріали XXIV міжнародної науково-практичної конференції з проблем функціонування і розвитку української мови*. Київ : Інститут журналістики, 02 листопада 2018. С. 5-7.
4. Баранецька А. Д. Інформаційно-комунікаційний менеджмент: кризові практики. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32 (71). № 6. С. 112-119.
5. Баранецька А. Д., Торянник Ю.Ю. Соціальні мережі як PR-інструмент стратегічних комунікацій Збройних сил України. *Соціальні комунікації: інструменти, технологія і практика : матеріали міжнародної науково-практичної конференції*. Запоріжжя-Львів-Торунь : Liha-Pres, 28-29 квітня 2023. С. 60-65.
6. Баранецька А. Д. Репутаційний менеджмент в контексті стратегічних комунікацій: аспекти взаємодії. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2023. № 3. С. 45-51.
7. Березенко В.В. Зв'язок з громадськістю як стратегічний менеджмент комунікацій. *Інформація і право*. 2011. № 1. С. 50-55.
8. Гнатенко М. К. PR та рекламні технології : конспект лекцій. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. Бекетова, 2018. 63 с.
9. Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К. В. Рекламний менеджмент: теорія і практика : підруч. / Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с.
10. Королько В. Паблік рілейшнз і репутаційний менеджмент. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2001. № 2. С. 108-116.
11. Соловійов С. Г. Контекст стратегічних комунікацій на прикладі соціальної реклами. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія: Державне управління*. 2015. № 4. С. 121-126. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu\\_2015\\_4\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2015_4_20)
12. Соловійов С. Стратегічні комунікації в публічному управлінні: впровадження в Україні. URL: [http://www.oridu.odessa.ua/9/new\\_options/pdf/006/Zbirnik-3-67-2016.pdf#page=93](http://www.oridu.odessa.ua/9/new_options/pdf/006/Zbirnik-3-67-2016.pdf#page=93)
13. Пахуча Е. В. Маркетингові комунікації : конспект лекцій. Харків : Державний біотехнологічний університет, 2022. 62 с.



14. Попова Т. В., Ліпкан В. А. Стратегічні комунікації : словник / за заг. ред. В. А. Ліпкана. Київ : ФОП О. С. Ліпкан, 2016. 416 с.
15. Ясиневич Я. Я. Комунікація громадських ініціатив. Для тих, хто творить зміни : практ. посіб. / Інститут масової інформації. Київ : ТОВ «Софія-А», 2016. 104 с.
16. Psychological Operations Tactics, Techniques, and Procedures. USA, 2003. URL: <https://fas.org/irp/doddir/army/fm3-05-301.pdf>.
17. Jones A., Kova G. L. Global Information Warfare. London; NY : CRC press, 2016. 684 p.
18. Hamilton Bean. Review on "Persuasion and Power: The Art of Strategic Communication by James P. Farwell. Washington, DC : Georgetown University Press, 2012. 288 p.

### **Інформаційні ресурси**

1. Бібліотека масової комунікації та медіаграмотності. URL: <https://www.aup.com.ua/category/library/>
2. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
3. Запорізька обласна універсальна бібліотека URL: <https://zounb.zp.ua/>
4. Наукова бібліотека Запорізького національного університету. URL: <http://library.znu.edu.ua/>
5. Система електронного забезпечення навчання ЗНУ. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/>
6. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/>
7. Комунікації-2023 на чому будувати стратегію? URL: <https://mmr.ua/show/komunikacziyi-2023-na-chomu-buduvaty-strategiyu>
8. Центр стратегічних комунікацій. URL: <https://stratcomua.org/ua>
9. Управління стратегічних комунікацій. Міністерство оборони України. URL: <https://www.mil.gov.ua/ministry/struktura-generalnogo-shtabu/upravlinnya-strategichnih-komunikacij.html>
10. Центр протидії дезінформації. URL: <https://cpd.gov.ua/>
11. Центр демократії та верховенства права. URL: <https://cedem.org.ua/>