



ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету менеджменту

(підпис)

(ініціали та прізвище)

«16»

2025

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

PR МЕНЕДЖМЕНТ

(назва навчальної дисципліни)

блоку освітніх компонентів вільного вибору студента в межах спеціальності
підготовки бакалавра
денної та заочної форм здобуття освіти
освітньо-професійної програми
«Менеджмент міжнародного бізнесу»
спеціальності 073 Менеджмент
галузі знань 07 Управління та адміністрування

ВИКЛАДАЧ: Дибчинська Я.С., доцент кафедри ділової комунікації

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри ділової комунікації

Протокол № 1 від «16» 08 2025 р.

Завідувач кафедри ділової комунікації

(підпис)

(ініціали, прізвище)

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Силабус навчальної дисципліни



Викладач: . к.ф.н., доцент кафедри ділової комунікації Дибчинська Я.С.

E-mail: yanasd73@gmail.com

Телефон: (061) 2894110

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

Кафедра: ділової комунікації, 6 корпус, ауд. 409

1. Опис навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «PR менеджмент» є отримання студентами уявлень про роль зв'язків з громадськістю в сучасному громадянському суспільстві, формування у них уявлення про зв'язок з громадськістю (PR/ паблік рилейшнз) як діяльності, яка регулює соціальні процеси, і як засобу, який розв'язує або пом'якшує економічні кризові ситуації.

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

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

«PR менеджмент» як компонент освітньо-професійної програм підготовки бакалавра зі спеціальності

073 Менеджмент відповідає таким програмним компетентностям:

ЗК 08 Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 10 Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.

СК 06 Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

СК 07 Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.

СК 08 Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.

СК 09 Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.

«PR менеджмент» як компонент освітньо-професійної програм підготовки бакалавра зі спеціальності

073 Менеджмент забезпечує такі програмні результати навчання (РН):

РН 9. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи.

РН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

РН16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Дисципліна належить до циклу вільного вибору в межах спеціальності і знаходиться в логічному і змістовно-методичному взаємозв'язку з іншими частинами освітньо-професійної програми.

Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
Статус дисципліни	Вибіркові компоненти спеціальності	
Семестр	3 -й	3 -й
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість годин	150	
Лекційні заняття	30 год.	8 год.
Практичні заняття	14 год.	6 год.
Самостійна робота	106 год.	136 год.

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



Консультації	<i>Формат проведення консультацій – дистанційно;</i> https://www.znu.edu.ua/ukr/university/departments/managment/grafik_navchal_nogo_protsestu_ta_rozklad_zanyat
Вид підсумкового семестрового контролю:	залік
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=6654

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

<i>Компетентності/ результати навчання</i>	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
ЗК 08 Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.	словесні (лекція-дискусія, проблемна лекція,), наочні (презентація): проблемно-пошукові та репродуктивні методи, індивідуальні та групові методи, імітаційні методи.	усне опитування, участь у дискусії, письмове опитування, тестування (питання з множинним вибором) підготовка презентацій, виконання письмових завдань.
ЗК 10 Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.	словесні (лекція-дискусія, пояснення, робота з підручником); метод формування пізнавального інтересу (навчальна дискусія, створення цікавих ситуацій); метод кейсів.	участь у дискусії, виконання письмових завдань (робота з джерелами, складання анотацій і реферування статей), розв'язання кейсу, самооцінювання, колегіальне оцінювання;
СК 06 Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.	проблемно-пошуковий метод, метод формування пізнавального інтересу, практичні методи, логічні методи (індуктивні, дедуктивні).	індивідуальне завдання, підготовка презентації, виконання письмових завдань (рецензування доробок колег), самооцінювання;
СК 07 Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.	словесні (проблемна лекція, пояснення), наочні (презентація), практичні методи (творчі завдання).	усне опитування, участь у дискусії, виконання письмових завдань, тестування (питання з множинним вибором);
СК 08 Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.	словесні (проблемна лекція, пояснення), проблемно-пошукові та репродуктивні методи, метод кейсів;	участь у дискусії, розв'язання кейсу, перехресне рецензування самооцінювання, колегіальне оцінювання;
СК 09 Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.	мультимедійні методи, метод кейсів, індивідуальні та групові методи, логічні методи (індуктивні, дедуктивні, створення проблемної ситуації), мозковий штурм,	групове обговорення, участь у дискусії, виконання практичних робіт та індивідуальних завдань, взаємне рецензування; тестування (питання з множинним вибором);
РН 9. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи.	словесні (проблемна лекція), наочні (презентація), практичні методи (творчі завдання), логічні методи (створення	колоквіум, виконання практичних письмових завдань, презентація індивідуальних завдань, рецензія на



	проблемної ситуації), проблемно-пошукові та репродуктивні методи;	доброби колег, тестування (питання з множинним вибором);
РН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.	проблемно-пошукові методи, імітаційні методи, метод кейсів, мозковий штурм, індивідуальні та групові методи,	участь в діловій грі, участь у дискусії, виконання практичних завдань, розв'язання кейсу, самооцінювання, колегіальне оцінювання;
РН16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	словесні (лекція-дискусія, пояснення); метод формування пізнавального інтересу (навчальна дискусія); метод кейсів, проблемно-пошукові та репродуктивні методи.	усне опитування, участь у дискусії, виконання практичних робіт та індивідуальних завдань, підготовка презентацій, розв'язання кейсу, тестування (питання з множинним вибором);

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1.

Тема 1. PR (паблік рилейшнз): сутність, історія становлення і розвитку

Поняття Паблік Рилейшнз. Мета Паблік Рилейшнз як встановлення, підтримка і розвиток контактів організації з громадськістю для виявлення спільних інтересів, досягнення взаємопорозуміння і взаємодії. **Завдання** паблік рилейшнз: а) переконати громадян змінити свою думку з якогось питання, продукту або організації; б) сформувані громадську думку, коли вона відсутня; в) підсилити існуючу громадську думку.

Зв'язок з громадськістю як інститут узгодження інтересів, паритетного управління, солідарного вирішення конфліктів.

Тема 2. Функції та принципи Паблік Рилейшнз

Функції Паблік Рилейшнз: управлінська, комунікативна, інформаційна, адміністративно-виробнича.

Принципи Паблік Рилейшнз: а) принцип консенсусу як основний принцип паблік рилейшнз; б) принцип альтернативізму як можливість вибору в умовах конкуренції, невичерпність альтернатив у визначенні мети, пошуку партнерів у спільній діяльності, у використанні різних засобів досягнення мети; в) принцип технологічності як цілісна сукупність прийомів, методів, форм, процедур діяльності, які забезпечують ефективність зв'язків з громадськістю.

Тема 3. Інституалізація Паблік Рилейшнз

Поняття інституалізації. Сутність та ознаки соціальної інституалізації. Інституалізація як етап розвитку професійної діяльності. Паблік рилейшнз як соціальний інститут. PR у системі соціальних комунікацій. Функції та роль PR у сучасному суспільстві. Взаємозв'язок PR з державою, бізнесом і громадянським суспільством. Історичні передумови інституалізації PR. Витоки та етапи розвитку PR у світі. Формування професійної PR-діяльності. Становлення PR в Україні. Професіоналізація паблік рилейшнз. Формування професійних стандартів і норм. PR-служби в державних, комерційних і громадських організаціях. PR-агентства та консалтингові структури. Роль корпоративних комунікацій. Нормативно-правове та етичне регулювання PR. Законодавчі основи PR-діяльності. Професійні кодекси етики (IPRA, PRSA, УАПР тощо). Міжнародні PR-організації

Тема 4. Технологія Паблік Рилейшнз

Технологія Паблік Рилейшнз як обумовлена метою і об'єктом впливу сукупність методів, прийомів і процедур PR-діяльності, яка забезпечує досягнення поставленої мети.

Типові та індивідуальні технології. Класифікація технологій: а) за характером використання засобів (письмова, усна, візуальна); б) за типом організації груп поведінки; в) за ступенем масовості PR-акції; г) за особливостями сценарних розробок; д) за специфікою управління «спеціальними організованими заходами».

Презентація як типова технологічна модель PR. Привід для презентації. Основні етапи презентації. Розробка сценарію та підготовка промоутерів. Урочистості та звітність як етапи презентації.

Змістовний модуль 2

Тема 5. Громадськість

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Силабус навчальної дисципліни



Поняття «громадськість». Громадськість і аудиторія: спільне, відмінне. Аудиторія пасивна і аудиторія активна. Фактори перетворення пасивної аудиторії в активну за теорією Д.Грунінга: а) усвідомлення проблеми; б) усвідомлення обмежень; в) рівень включення в проблемну ситуацію.

Громадськість як активна аудиторія, як соціальне утворення, яке в певний момент об'єднує всіх тих, кого зачіпає та чи інша проблема, і метою яких є пошук шляхів її вирішення.

Групи громадськості та їх типологія. Зовнішня та внутрішня громадськість: поняття, зміст, загальні характеристики.

Типологія груп громадськості за теорією Д.Гендріксона: а) працівники засобів масової інформації; б) громадськість власне організації; в) місцеве населення; г) інвестори; д) державні органи; е) споживачі; є) громадськість груп особливих інтересів.

Типологія груп громадськості за теорією Д.Грунінга: а) громадськість, яка реагує на всі проблеми; б) байдужа громадськість; в) громадськість навколо однієї проблеми; г) громадськість навколо проблеми, що загострилась.

Типологія груп на основі значущості групи для організації: а) головна, другорядна, маргінальна; б) традиційна і майбутня; в) прибічники, опоненти, байдужі.

Психографічний підхід до типології груп громадськості та його особливості.

Приоритетні групи громадськості та основні критерії їх визначення: географічний, демографічний, психографічний, з урахуванням прихованої влади, з урахуванням статусу, з урахуванням реакції, з урахуванням членства, з урахуванням ролі в прийнятті рішень.

Цільова група громадськості як соціальна спільність, реальні і потенційні інтереси якої кореспондуються з предметом PR. Цільові групи громадськості та особливості їх типології.

Тема 6. Громадська думка

Поняття громадська думка. Сутність громадської думки. Формування та вивчення громадської думки. Об'єкт та предмет громадської думки.

Основні ознаки громадської думки: а) направленість думки як якісне відображення оцінки проблеми, ставлення до неї у вигляді судження типу «позитивно – негативно – байдуже», « за – проти – не визначився», « за – проти – за умови», найбільш узагальнено «так – ні»; б) інтенсивність думки як показник того, яку силу має думка незалежно від її направленості; в) стабільність думки як фіксування часу впродовж якого громадськість виявляє одну і ту ж направленість та інтенсивність думки; г) інформаційна насиченість думки, яка розкриває обсяг знань, яким володіють люди стосовно предмета думки; д) соціальна підтримка як свідчення впевненості людей, що їхню думку поділяють представники соціального середовища.

Тема 7. Психологічні механізми формування громадської думки.

Психологічні основи формування громадської думки. Соціальне сприйняття та інтерпретація інформації. Установки, цінності та стереотипи. Потреби, мотиви та інтереси соціальних груп

Механізми соціального впливу. Переконання та аргументація. Навіювання та маніпуляція. Наслідкування та соціальне навчання

Масова психологія та групова динаміка. Психологія мас і колективної поведінки. Конформізм і тиск групи. Лідери думок та їхній вплив

Роль емоцій у формуванні громадської думки. Емоційні реакції та афективний вплив. Страх, довіра, емпатія як фактори впливу. Використання емоцій у масових комунікаціях

Стереотипізація та соціальні уявлення. Формування та функції стереотипів, передження і соціальні міфи. Вплив стереотипів на громадську думку

Психологічний вплив мас-медіа. Медіа як джерело соціального впливу. Ефекти фреймінгу, праймінгу та порядку денного. Повторюваність і символізація повідомлень

Маніпулятивні технології формування громадської думки. Психологічні методи маніпуляції. Пропаганда та дезінформація. Психологічний захист аудиторії від маніпуляцій

Індивідуальні відмінності у сприйнятті громадської думки. Рівень критичного мислення. Освітні, вікові та культурні чинники. Особистісні характеристики та медіаграмотність

Етичні аспекти психологічного впливу. Межа між переконанням і маніпуляцією. Відповідальність комунікатора. Психологічна безпека суспільства

Тема 8. Вивчення громадської думки.

Історія та етапи розвитку досліджень громадської думки. Витоки вивчення громадської думки.

Становлення соціологічних досліджень. Розвиток досліджень громадської думки в Україні

Методологічні основи вивчення громадської думки. Принципи наукового дослідження. Об'єкт, предмет, мета та завдання дослідження. Репрезентативність і надійність даних

Основні методи вивчення громадської думки. Опитування (анкетування, інтерв'ю). Фокус-групи. Спостереження. Аналіз документів і контент-аналіз

Кількісні методи дослідження. Масові соціологічні опитування. Вибірка та її типи. Статистична обробка результатів



Якісні методи дослідження. Глибинні інтерв'ю. Фокус-групові дискусії. Етнографічні та кейс-дослідження

Інструментарій дослідження громадської думки. Розробка анкети та формулювання запитань. Шкали вимірювання. Пілотажне дослідження

Організація та етапи дослідження. Планування та підготовка дослідження. Збір емпіричних даних. Аналіз та інтерпретація результатів

Етичні та правові аспекти вивчення громадської думки. Добровільність і анонімність участі. Захист персональних даних. Відповідальність дослідника

Проблеми та обмеження досліджень громадської думки. Похибки та викривлення результатів. Маніпулятивне використання даних. Довіра до соціологічних досліджень

Змістовний модуль 3.

Тема 9 . Планування PR-діяльності

Поняття «комунікація». Комунікація як процес обміну повідомленнями. Мета комунікації: інформування, переконання, інструктаж.

Поняття «інформування» в паблік рилейшнз. Основні риси інформування: а) привернути увагу до повідомлення; б) досягти сприйняття повідомлення, його інтерпретації в попередньо визначеному вигляді; в) добитись збереження інформації для подальшого користування. Механізми управління інформацією: а) формування власного інформаційного потоку; б) сегментування інформаційного потоку; г) маніпулювання інформацією; д) пріоритетне постачання інформації; е) інформаційне партнерство; є) оптимізація стилю і форми подавання інформації.

Прийоми конструювання інформації: прив'язування до круглої дати, придумування свят, залучення важливих людей, перетворення проблеми на суспільно значущу, інтрига, скандал.

Поняття «переконання» в паблік рилейшнз. Основною рисою переконання є сприйняття зміни як готовності до дії у відповідності з бажаннями і точкою зору відправника повідомлення.

Поняття «інструктаж» в паблік рилейшнз. Основна риса інструктажу стимулювання активного навчання і практичної діяльності.

Тема 10. Процес комунікації і його елементи

Процес комунікації і його елементи: а) відправник (джерело) повідомлення; б) кодування інформації; в) повідомлення як зміст інформації; г) декодування інформації; д) отримувач (адресат) повідомлення; е) зміст взаємовідносин; є) інтимність і схожість; і) безпосередність і симпатія; к) домінування-підпорядкування, л) соціальне оточення. Вплив на громадськість. Сила переконання. Вплив на громадську думку. Пропагандистські прийоми: навішування ярликів, яскраві повідомлення, зміщення акцентів, підтасовка фактів, замовчування важливих деталей, свідчення, емоційні стереотипи тощо.

Тема 11. Теорія управління Паблік Рилейшнз.

Складові процесу управління Паблік Рилейшнз. Етапи процесу управління Паблік Рилейшнз та їх загальна характеристика.

Змістовне наповнення першого етапу процесу Паблік Рилейшнз: визначення проблеми PR, формулювання проблеми, аналіз і оцінка ситуації, дослідницька робота і її методи.

Другий етап Паблік Рилейшнз і його змістовне наповнення: планування і програмування. Визначення місії, цілей і задач, цільових аудиторій, планування бюджету, інвентаризація наявних ресурсів, бюджет кампанії.

Третій етап – це діяльність і комунікація (діяльнісна і комунікативна складові): акції і спеціальні події, формулювання ключових повідомлень, використання контрольованих і неконтрольованих засобів масової інформації. Надійність джерел інформації.

Четвертий етап передбачає оцінку програми, яка включає: підготовку критеріїв оцінки PR-кампанії в частинах її підготовки, реалізації і результату, оцінку реалізації задуму, інтерпретацію результату оцінки PR-програми.

Тема 12. Поняття та роль PR-інструментів.

Визначення PR-інструментів і PR-технологій. Місце PR у системі маркетингових комунікацій. Цілі та завдання використання PR-інструментів. 2. Класифікація PR-інструментів

Традиційні PR-інструменти. Цифрові (digital) PR-інструменти. Внутрішні та зовнішні PR-інструменти. 3. Робота зі ЗМІ (Media Relations). Прес-релізи: види та структура. Прес-конференції, брифінги, прес-тури. Інтерв'ю та коментарі для медіа. Моніторинг і аналіз медіа

Подієвий PR (Event PR). PR-заходи: презентації, форуми, виставки. Спонсорство та партнерство. Соціальні та благодійні заходи

Корпоративні комунікації

Digital PR та нові технології. PR у соціальних мережах. Блоги, лідери думок, інфлюенсер-маркетинг. Онлайн-репутація та управління відгуками. Контент-маркетинг як PR-інструмент

Змістовний модуль 4.

Тема 13. Управління іміджем

Поняття іміджу та його значення. Сутність і визначення іміджу. Імідж як соціально-психологічне явище. Роль іміджу в сучасних комунікаціях

Види іміджу. Особистий імідж. Корпоративний імідж. Імідж товару та бренду. Імідж території, організації, держави

Структура іміджу. Візуальний компонент. Вербальний компонент. Поведінковий компонент. Ціннісний та емоційний компоненти

Формування іміджу. Аналіз цільової аудиторії. Визначення іміджевої стратегії. Позиціонування та ключові повідомлення. Канали формування іміджу

Управління іміджем у PR-діяльності. Імідж як об'єкт PR-управління. Інструменти та технології управління іміджем. Роль PR-фахівця в іміджевих процесах. 6. Підтримка та корекція іміджу. Іміджевий моніторинг. Корекція негативного іміджу. Репутаційний менеджмент.

Імідж у кризових ситуаціях. Вплив криз на імідж. Антикризові іміджеві стратегії. Відновлення довіри та репутації.

Оцінка ефективності управління іміджем. Критерії та показники оцінки. Методи дослідження іміджу. Аналіз результатів іміджевих кампаній

Тема 14. Паблік Рилейшнз в кризових ситуаціях

Поняття і терміни антикризової паблік рилейшнз. Внутрішній антикризовий PR. Зовнішній антикризовий PR.

Принципи антикризового PR: упередження, терміновості, чесності. Принцип відмови від «страусиної політики» в антикризовому PR.

Можливість і необхідність планування антикризового паблік рилейшнз. Етапи антикризового паблік рилейшнз: прогнозування, планування, підготовка заходів антикризового PR. Упередження, нейтралізація кризи, після кризові заходи. Зміст різних етапів антикризового паблік рилейшнз.

Прогнозування і планування антикризового Паблік Рилейшнз на основі ранжування переліку ризику в організації. Зміст планів антикризового паблік рилейшнз. Повідомлення і його планування в часі, різним адресатам (зацікавленим особам), різним інформаційним каналам, шаблони повідомлення.

Розподіл обов'язків при реалізації заходів антикризового Паблік Рилейшнз.

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття /роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
Лекція	Тема 1. PR (паблік рилейшнз): сутність, історія становлення і розвитку	2	1	щотижня
Практичне заняття	Тема 1. PR (паблік рилейшнз): сутність, історія становлення і розвитку	1		1 раз на два тижні
Самостійна робота	Тема 1. PR (паблік рилейшнз): сутність, історія становлення і розвитку	7	10	
Лекція	Тема 2. Функції та принципи Паблік Рилейшнз	2	1	щотижня
Практичне заняття	Тема 2. Функції та принципи Паблік Рилейшнз	1		1 раз на два тижні
Самостійна робота	Тема 3. Інституалізація Паблік Рилейшнз	7	10	
Лекція	Тема 3. Інституалізація Паблік Рилейшнз	2	1	щотижня

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



Практичне заняття	Тема 3. Інституалізація Паблік Рилейшнз	1		1 раз на два тижні
Самостійна робота	Тема 3. Ролі та посади, повноваження та статус	7	10	
Лекція	Тема 4. Технологія Паблік Рилейшнз	2	1	щотижня
Практичне заняття	Тема 4. Технологія Паблік Рилейшнз	1		1 раз на два тижні
Самостійна робота	Тема 4. Технологія Паблік Рилейшнз	7	10	
Лекція	Тема 5 . Громадськість	2	1	щотижня
Практичне заняття	Тема 5 . Громадськість	1		1 раз на два тижні
Самостійна робота	Тема 5 . Громадськість	7	10	
Лекція	Тема 6. Громадська думка	2	1	щотижня
Практичне заняття	Тема 6. Громадська думка	1		1 раз на два тижні
Самостійна робота	Тема 6. Громадська думка	7	10	
Лекція	Тема 7. Психологічні механізми формування громадської думки.	2	1	щотижня
Практичне заняття	Тема 7. Психологічні механізми формування громадської думки.	1		1 раз на два тижні
Самостійна робота	Тема 7. Психологічні механізми формування громадської думки.	8	10	
Лекція	Тема 8. Вивчення громадської думки.	4	1	щотижня
Практичне заняття	Тема 8. Вивчення громадської думки.	1		1 раз на два тижні
Самостійна робота	Тема 8. Вивчення громадської думки.	8	10	
Лекція	Тема 9. Планування PR-діяльності	2		щотижня
Практичне заняття	Тема 9. Планування PR-діяльності	1	1	1 раз на два тижні
Самостійна робота	Тема 9. Планування PR-діяльності	8	10	
Лекція	Тема 10. Процес комунікації і його елементи	2		щотижня
Практичне заняття	Тема 10. Процес комунікації і його елементи	1	1	1 раз на два тижні
Самостійна робота	Тема 10. Процес комунікації і його елементи	8	10	
Лекція	Тема 11. Теорія управління Паблік Рилейшнз.	2		щотижня
Практичне заняття	Тема 11. Теорія управління Паблік Рилейшнз.	1	1	1 раз на два тижні

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



Самостійна робота	Тема 11. Теорія управління Паблік Рилейшнз.	8	9	
Лекція	Тема 12. PR-інструменти та технології	2		щотижня
Практичне заняття	Тема 12. PR-інструменти та технології	1	1	1 раз на два тижні
Самостійна робота	Тема 12. PR-інструменти та технології	8	9	
Лекція	Тема 13. Управління іміджем	2		щотижня
Практичне заняття	Тема 13. Управління іміджем	1	1	1 раз на два тижні
Самостійна робота	Тема 13. Управління іміджем	8	9	
Лекція	Тема 14. Паблік Рилейшнз в кризових ситуаціях	2		щотижня
Практичне заняття	Тема 14. Паблік Рилейшнз в кризових ситуаціях	1	1	1 раз на два тижні
Самостійна робота	Тема 14. Паблік Рилейшнз в кризових ситуаціях	8	9	
Разом		150	150	

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				
Змістовий модуль 1				
Практичне заняття 1	Усне опитування, практичні завдання, ситуаційна задача	Питання для підготовки: 1. Поняття Паблік Рилейшнз. 2. Мета Паблік Рилейшнз як встановлення, підтримка і розвиток контактів організації з громадськістю для виявлення спільних інтересів, досягнення взаємопорозуміння і взаємодії. 3. Завдання паблік рилейшнз: 4. Зв'язок з громадськістю як інститут узгодження інтересів, паритетного управління, солідарного вирішення конфліктів. 5. Функції Паблік Рилейшнз: 6. Принципи Паблік Рилейшнз:	Робота на практичному занятті оцінюється комплексно максимально у 2 бали: – незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) Виконання практичних завдань самостійної роботи оцінюється окремо. Максимальний бал за виконання самостійної роботи за Змістовим модулем 1 – 6 балів. <i>При формуванні шкали бальної оцінки стимулюється систематична робота здобувачів протягом семестру.</i>	2

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



		<p>Перевірка рівня практичної складової сформованих РН 9, РН 11, РН 16</p> <p>Виконання завдання передбачає обґрунтувану відповідь на запитання.</p> <p>Розміщено в профілі дисципліни в СЕЗН ЗНУ (Практичне заняття 1)</p>	<p><i>Термін виконання – тиждень 2</i></p>	
Практичне заняття 2	Усне опитування, практичні завдання, ситуаційна задача	<p>Питання для підготовки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття інституалізації. 2. Сутність та ознаки соціальної інституалізації. 3. Інституалізація як етап розвитку професійної діяльності. 4. Паблік рилейшнз як соціальний інститут. 5. PR у системі соціальних комунікацій. 6. Історичні передумови інституалізації PR. 7. Витоки та етапи розвитку PR у світі. 8. Формування професійних стандартів і норм. 9. PR-служби в державних, комерційних і громадських організаціях. PR-агентства та консалтингові структури. Роль корпоративних комунікацій. 10. Нормативно-правове та етичне регулювання PR. Законодавчі основи PR-діяльності. 11. Професійні кодекси етики (IPRA, PRSA, УАПР тощо). Міжнародні PR-організації 12. <i>Технологія Паблік Рилейшнз</i> як обумовлена метою і об'єктом впливу сукупність методів, прийомів і процедур PR-діяльності, яка забезпечує досягнення поставленої мети. 13. <i>Типові та індивідуальні технології.</i> 14. Класифікація технологій: 15. а) за характером використання засобів (письмова, усна, візуальна); 16. б) за типом організації груп поведінки; 17. в) за ступенем масовості PR-акції; 18. г) за особливостями сценарних розробок; 	<p>Робота на практичному занятті оцінюється комплексно максимально у 2 бали:</p> <ul style="list-style-type: none"> – незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) <p>Виконання практичних завдань самостійної роботи оцінюється окремо. Максимальний бал за виконання самостійної роботи за Змістовим модулем 1 – 6 балів.</p> <p><i>При формуванні шкали бальної оцінки стимулюється систематична робота здобувачів протягом семестру.</i></p> <p><i>Термін виконання – тиждень 4</i></p>	2



		<p>19. д) за специфікою управління «спеціальними організованими заходами».</p> <p>20. Презентація як типова технологічна модель PR.</p> <p>21. Привід для презентації.</p> <p>22. Основні етапи презентації.</p> <p>23. Розробка сценарію та підготовка промоутерів.</p> <p>24. Урочистості та звітність як етапи презентації.</p> <p>Перевірка рівня практичної складової сформованих РН 9, РН 11, РН 16</p> <p>Виконання завдання передбачає обґрунтувану відповідь на запитання.</p> <p>Розміщено в профілі дисципліни в СЕЗН ЗНУ (Практичне заняття 2)</p>		
Тестування	Контрольне тестування за Змістовим модулем 1	<p>Перелік питань для самопідготовки</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття Паблік Рилейшнз. 2. Завдання паблік рилейшнз: а) переконати громадян змінити свою думку з якогось питання, продукту або організації; б) сформувати громадську думку, коли вона відсутня; в) підсилити існуючу громадську думку. 3. Зв'язок з громадськістю як інститут узгодження інтересів, паритетного управління, солідарного вирішення конфліктів. 4. Функції Паблік Рилейшнз: управлінська, комунікативна, інформаційна, адміністративно-виробнича. 5. Принципи Паблік Рилейшнз: а) принцип консенсусу як основний принцип паблік рилейшнз; б) принцип альтернативізму як можливість вибору в умовах конкуренції, невичерпність альтернатив у визначенні мети, пошуку партнерів у спільній діяльності, у використанні різних засобів досягнення мети; в) принцип технологічності як цілісна сукупність прийомів, методів, форм, процедур діяльності, які забезпечують ефективність зв'язків з громадськістю. 6. Поняття інституалізації. 	<p>Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 10.</p> <p>Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5:</p> <ul style="list-style-type: none"> – незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3-10 – 3, 4, 5 балів (зараховано), а саме: 3-5 – 3 бали; 6-8 – 4 бали; 9-10 – 5 балів. <p>Термін виконання – <i>тиждень 4</i></p>	5



		<p>7. Сутність та ознаки соціальної інституалізації.</p> <p>8. Інституалізація як етап розвитку професійної діяльності.</p> <p>9. Паблік рилейшнз як соціальний інститут.</p> <p>10. PR у системі соціальних комунікацій.</p> <p>11. Історичні передумови інституалізації PR.</p> <p>12. Витоки та етапи розвитку PR у світі.</p> <p>13. Формування професійних стандартів і норм.</p> <p>14. PR-служби в державних, комерційних і громадських організаціях. PR-агентства та консалтингові структури. Роль корпоративних комунікацій.</p> <p>15. Нормативно-правове та етичне регулювання PR. Законодавчі основи PR-діяльності.</p> <p>16. Професійні кодекси етики (IPRA, PRSA, УАПР тощо). Міжнародні PR-організації</p> <p>17. Технологія Паблік Рилейшнз як обумовлена метою і об'єктом впливу сукупність методів, прийомів і процедур PR-діяльності, яка забезпечує досягнення поставленої мети.</p> <p>18. Типові та індивідуальні технології.</p> <p>19. Класифікація технологій:</p> <p>20. а) за характером використання засобів (письмова, усна, візуальна);</p> <p>21. б) за типом організації груп поведінки;</p> <p>22. в) за ступенем масовості PR-акції;</p> <p>23. г) за особливостями сценарних розробок;</p> <p>24. д) за специфікою управління «спеціальними організованими заходами».</p> <p>25. Презентація як типова технологічна модель PR.</p> <p>26. Привід для презентації.</p> <p>27. Основні етапи презентації.</p> <p>28. Розробка сценарію та підготовка промоутерів.</p> <p>29. Урочистості та звітність як етапи презентації.</p>		
Завдання для самостійного Виконання за Змістовим	Тестування, Виконання практичних завдань,	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	Розміщено в СЕЗН ЗНУ Термін виконання – тиждень 1-4	6

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



модулем 1	Підготовка презентації			
Змістовий модуль 2				
Практичне заняття 3	Усне опитування, практичні завдання, розв'язання кейсу	<p>Питання для підготовки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття «громадськість». 2. Громадськість і аудиторія: спільне, відмінне. 3. Фактори перетворення пасивної аудиторії в активну за теорією Д.Грунінга 4. Громадськість як активна аудиторія, як соціальне утворення. 5. Групи громадськості та їх типологія. 6. Зовнішня та внутрішня громадськість: поняття, зміст, загальні характеристики. 7. Типологія груп громадськості 8. Психографічний підхід до типології груп громадськості та його особливості. 9. Приоритетні групи громадськості та основні критерії їх визначення. 10. Цільова група громадськості як соціальна спільність. 11. Поняття громадська думка. 12. Сутність громадської думки. 13. Формування та вивчення громадської думки. 14. Об'єкт та предмет громадської думки. <p>Основні ознаки громадської думки.</p> <p>Перевірка рівня практичної складової сформованих РН 9, РН 11, РН 16</p> <p>Виконання завдання передбачає обґрунтувану відповідь на запитання.</p> <p>Розміщено в профілі дисципліни в СЕЗН ЗНУ (Практичне заняття 3)</p>	<p>Робота на практичному занятті оцінюється комплексно максимально у 2 бали:</p> <ul style="list-style-type: none"> – незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) <p>Виконання практичних завдань самостійної роботи оцінюється окремо. Максимальний бал за виконання самостійної роботи за Змістовим модулем 2 – 6 балів.</p> <p><i>При формуванні шкали бальної оцінки стимулюється систематична робота здобувачів протягом семестру.</i></p> <p><i>Термін виконання – тиждень 6</i></p>	2
Практичне заняття 4	Усне опитування, дискусія, практичні завдання, ситуаційна задача	<p>Питання для підготовки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основні ознаки громадської думки. 2. Психологічні основи формування громадської думки. 3. Соціальне сприйняття та інтерпретація інформації. 	<p>Робота на практичному занятті оцінюється комплексно максимально у 2 бали:</p> <ul style="list-style-type: none"> – незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) 	2



		<p>4. Масова психологія та групова динаміка. 5. Роль емоцій у формуванні громадської думки. 6. Емоційні реакції та афективний вплив. 7. Стереотипізація та соціальні уявлення. 8. Психологічний вплив мас-медіа. 9. Медіа як джерело соціального впливу. 10. Маніпулятивні технології формування громадської думки. 11. Індивідуальні відмінності у сприйнятті громадської думки. 12. Межа між переконанням і маніпуляцією. Відповідальність комунікатора. 13. Психологічна безпека суспільства 14. Історія та етапи розвитку досліджень громадської думки. 15. Витоки вивчення громадської думки. 16. Становлення соціологічних досліджень. 17. Розвиток досліджень громадської думки в Україні 18. Методологічні основи вивчення громадської думки. 19. Принципи наукового дослідження. 20. Об'єкт, предмет, мета та завдання дослідження. 21. Репрезентативність і надійність даних 22. Основні методи вивчення громадської думки. Опитування (анкетування, інтерв'ю). Фокус-групи. Спостереження. 23. Аналіз документів і контент-аналіз 24. Кількісні методи дослідження. Масові соціологічні опитування. Вибірка та її типи. 25. Статистична обробка результатів 26. Якісні методи дослідження. 27. Глибинні інтерв'ю. Фокус-групові дискусії. 28. Етнографічні та кейс-дослідження 29. Інструментарій дослідження громадської думки.</p>	<p>Виконання практичних завдань самостійної роботи оцінюється окремо. Максимальний бал за виконання самостійної роботи за Змістовим модулем 2 – 6 балів. <i>При формуванні шкали бальної оцінки стимулюється систематична робота здобувачів протягом семестру.</i> <i>Термін виконання – тиждень 8</i></p>	
--	--	---	--	--



		<p>30. Розробка анкети та формулювання запитань. 31. Шкали вимірювання. Пілотажне дослідження 32. Організація та етапи дослідження. 33. Планування та підготовка дослідження. 34. Збір емпіричних даних. Аналіз та інтерпретація результатів 35. Етичні та правові аспекти вивчення громадської думки. 36. Добровільність і анонімність участі. 37. Захист персональних даних. 38. Відповідальність дослідника 39. Проблеми та обмеження досліджень громадської думки. 40. Похибки та викривлення результатів. 41. Маніпулятивне використання даних. 42. Довіра до соціологічних досліджень</p> <p>Перевірка рівня практичної складової сформованих РН 9, РН 11, РН 16 Виконання завдання передбачає обґрунтувану відповідь на запитання. Розміщено в профілі дисципліни в СЕЗН ЗНУ (Практичне заняття 4)</p>		
Тестування	Контрольне тестування за Змістовим модулем 2	<p>Перелік питань для самопідготовки</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття «громадськість». Громадськість і аудиторія: спільне, відмінне. 2. Аудиторія пасивна і аудиторія активна. 3. Фактори перетворення пасивної аудиторії в активну за теорією Д.Грунінга: а) усвідомлення проблеми; б) усвідомлення обмежень; в) рівень включення в проблемну ситуацію. 4. Громадськість як активна аудиторія, як соціальне утворення. 5. Групи громадськості та їх типологія. 6. Зовнішня та внутрішня громадськість: поняття, зміст, загальні характеристики. 7. Типологія груп громадськості за теорією 	<p>Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 10. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5: – незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3-10 – 3, 4, 5 балів (зараховано), а саме: 3-5 – 3 бали; 6-8 – 4 бали; 9-10 – 5 балів. <i>Термін виконання – тиждень 8</i></p>	5

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



		<p>Д.Гендриксона: а) працівники засобів масової інформації; б) громадськість власне організації; в) місцеве населення; г) інвестори; д) державні органи; е) споживачі; є) громадськість груп особливих інтересів.</p> <p>8. Типологія груп громадськості за теорією Д.Груніга.</p> <p>9. Типологія груп на основі значущості групи для організації.</p> <p>10. Психографічний підхід до типології груп громадськості та його особливості.</p> <p>11. Приоритетні групи громадськості та основні критерії їх визначення.</p> <p>12. Цільова група громадськості як соціальна спільність.</p> <p>13. Цільові групи громадськості та особливості їх типології.</p> <p>14. Поняття громадська думка.</p> <p>15. Сутність громадської думки.</p> <p>16. Формування та вивчення громадської думки.</p> <p>17. Об'єкт та предмет громадської думки.</p> <p>18. Основні ознаки громадської думки.</p>		
Завдання для самостійного Виконання за Змістовим модулем 2	Тестування, Виконання практичних завдань, Підготовка доповіді Виконання індивідуального завдання	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	Розміщено в СЕЗН ЗНУ Термін виконання – тиждень 5-8	6
Змістовий модуль 3				
Практичне заняття 5	Усне опитування, практичні завдання, розв'язання кейсу	<p>Питання для підготовки:</p> <p>Перевірка рівня практичної складової сформованих РН 9, РН 11, РН 16</p> <p>Виконання завдання передбачає обґрунтувану відповідь на запитання.</p> <p>Розміщено в профілі дисципліни в СЕЗН ЗНУ (Практичне заняття 5)</p>	<p>Робота на практичному занятті оцінюється комплексно максимально у 2 бали:</p> <ul style="list-style-type: none"> – незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) <p>Виконання практичних завдань самостійної роботи оцінюється окремо. Максимальний бал за виконання самостійної роботи за Змістовим модулем 3 – 6 балів. <i>При формуванні шкали бальної</i></p>	2

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



			оцінки стимулюється систематична робота здобувачів протягом семестру. Термін виконання – тиждень 8	
Практичне заняття 6	Усне опитування, практичні завдання, розв'язання кейсу	Питання для підготовки: Перевірка рівня практичної складової сформованих РН 9, РН 11, РН 16 Виконання завдання передбачає обґрунтувану відповідь на запитання. Розміщено в профілі дисципліни в СЕЗН ЗНУ (Практичне заняття 6)	Робота на практичному занятті оцінюється комплексно максимально у 2 бали: – незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) Виконання практичних завдань самостійної роботи оцінюється окремо. Максимальний бал за виконання самостійної роботи за Змістовим модулем 3 – 6 балів. При формуванні шкали бальної оцінки стимулюється систематична робота здобувачів протягом семестру. Термін виконання – тиждень 10	2
Тестування	Контрольне тестування за Змістовим модулем 3	Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в СЕЗН ЗНУ.	Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 10. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5: – незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3-10 – 3, 4, 5 балів (зараховано), а саме: 3-5 – 3 бали; 6-8 – 4 бали; 9-10 – 5 балів. Термін виконання – тиждень 9	5
Завдання для самостійного Виконання за Змістовим модулем 3	Тестування, Виконання практичних завдань, написання есе, розв'язання ситуаційних завдань	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	Розміщено в СЕЗН ЗНУ Термін виконання – тиждень 9	6
Змістовий модуль 4				
Практичне заняття 7	Усне опитування, дискусія, практичні завдання, розв'язання кейсу	Питання для підготовки: Перевірка рівня практичної складової сформованих РН 9, РН 11, РН 16 Виконання завдання передбачає обґрунтувану відповідь на запитання. Розміщено в профілі дисципліни в СЕЗН ЗНУ	Робота на практичному занятті оцінюється комплексно максимально у 4 бали: – незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) Виконання практичних завдань самостійної роботи оцінюється окремо. Максимальний бал за	4

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



		(Практичне заняття 7)	виконання самостійної роботи за Змістовим модулем 4 – 6 балів. <i>При формуванні шкали бальної оцінки стимулюється систематична робота здобувачів протягом семестру.</i> <i>Термін виконання – тиждень 11</i>	
Тестування	Контрольне тестування за Змістовим модулем 4	Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в СЕЗН ЗНУ.	Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 10. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5: – незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3-10 – 3, 4, 5 балів (зараховано), а саме: 3-5 – 3 бали; 6-8 – 4 бали; 9-10 – 5 балів. <i>Термін виконання – тиждень 11</i>	5
Завдання для самостійного Виконання за Змістовим модулем 4	Тестування, Виконання практичних завдань, індивідуальна робота	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	Розміщено в СЕЗН ЗНУ <i>Термін виконання – тиждень 10-11</i>	6
Усього за поточний контроль	16			60
Підсумковий контроль				
Залік	Теоретичне завдання: Підсумковий тест	Перевірка рівня теоретичної складової сформованих програмних результатів навчання РН 9, РН 11, РН 16 здійснюється комплексно відповідно до змісту навчальної дисципліни (розд. 3). Теоретичне завдання представлено у форматі комплексного тесту, до якого включено 40 рівнозначних тестових питань з тем усіх змістових модулів. Тестування передбачає відповідь на питання (вірною є лише один з альтернативних варіантів відповідей). <i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ.</i>	Загальна кількість питань в екзаменаційному тесті 20, кожне питання оцінюється в 1 бал: – 1 бал – правильна відповідь; – 0 балів – неправильна відповідь. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-20: – незадовільний рівень: 0-11 – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 12-14 – 12-14 балів; 15-17 – 15-17 балів; 18-20 – 18-20 балів.	20
	Практичне завдання: Індивідуальне завдання (творча робота)	Перевірка рівня практичної складової сформованих програмних результатів навчання РН 9, РН 11, РН 16 здійснюється комплексно відповідно до змісту	<i>Підготовка індивідуальних завдань</i> <i>Публічний захист індивідуальних завдань - творчих робіт (max 10 балів).</i>	5*2 5*2

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



		навчальної дисципліни (розд. 3) та передбачає підготовку електронних презентацій (творча робота) і публічний захист індивідуальних завдань. <i>Практичне завдання розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ.</i>	Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-20: – незадовільний рівень: 0-11 – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 12-14 – 12-14 балів; 15-17 – 15-17 балів; 18-20 – 18-20 балів. Детальні рекомендації та вимоги до підготовки індивідуального завдання розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ.	
Усього за підсумковий контроль	2			40

**Засоби діагностики рівня досягнення результатів навчання дисципліни та критерії оцінювання контрольних заходів.*

Тестування. Поточне та підсумкове оцінювання теоретичних завдань здійснюється у формі тестування з використанням платформи дистанційного навчання СЕЗН ЗНУ Moodle відповідно до календарного графіку поточних і підсумкового контролів. Проходження тестів відбувається після ідентифікації здобувача через його персональний акаунт на сторінці дисципліни при увімкненому відео-режимі Zoom – конференції за умови дистанційної присутності викладача та передбачає обмежену у часі відповідь на теоретичні питання: для поточних контролів (Змістовий модуль 1-4) – до 20 хвилин, як правило, або під час практичного заняття перед завершенням поточного змістового модуля, або під час консультації за встановленим графіком; для підсумкового (залікового) тесту – до 40 хвилин під час підсумкового контролю за складеним розкладом.

Процедура оцінювання практичних завдань.

Оцінюванню підлягає виконання здобувачами практичних завдань для кожного змістового модуля під час аудиторних практичних занять і позааудиторної самостійної роботи (лексико-граматичних, перекладацьких вправ, аудіювання автентичних текстів, монологічне мовлення, діалогічне мовлення). Кожне практичне завдання виконується по мірі опанування здобувачем матеріалу тем відповідного змістового модуля, оформлюється у вигляді файлів MS Word, здається на перевірку через персональний акаунт у профілі цієї дисципліни в СЕЗН ЗНУ Moodle та після позитивного відгуку викладача захищається у передбачений спосіб (на практичному занятті та/або консультації). Форма виконання – індивідуальна і робота в групах (кількість осіб – 3-4).

Якщо відгук має критичні зауваження з боку викладача, то робота з відповідними коментарями повертається здобувачеві на доопрацювання. Обов'язковою умовою зарахування роботи є усна перевірна комунікація «здобувач-викладач». У разі дистанційного навчання, захист робіт відбувається з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема при увімкненому відео-режимі Zoom-конференції.

Критерії оцінювання практичних завдань:

Кожне практичне завдання максимально оцінюється у 2 бали у відповідності з такими критеріями:

- повнота та глибина розкриття теми;
- якість підготовки;
- аналітичні здібності та аргументація;
- активність у дискусії;
- відповіді на запитання;
- лексика та мова виступу;

2 бали – відповідь повна, охоплено всі ключові аспекти теми, показано глибоке розуміння матеріалу, доповідь аргументована; студент демонструє здатність аналізувати інформацію, робити висновки та підкріплювати їх вагомими аргументами; бере активну участь в обговоренні теми, висловлює власну думку, реагує на аргументи колег; впевнено та коректно відповідає на запитання, поставлені викладачем чи іншими студентами; використовує наукову термінологію, чіткість мови, логічність викладу думок

1,5 бали – відповідь повна, охоплено основні ключові аспекти теми, показано розуміння матеріалу, доповідь аргументована; студент демонструє здатність аналізувати інформацію, робити висновки; бере участь в обговоренні теми, висловлює власну думку, реагує на аргументи колег; відповідає на запитання, поставлені викладачем чи іншими студентами; використовує наукову термінологію, чіткість мови, логічність викладу думок;

1 бал – відповідь неповна, основні ключові аспекти теми охоплено частково, не продемонстровано глибокого розуміння матеріалу, доповідь частково аргументована; студент демонструє недостатню здатність аналізувати інформацію, робити висновки; не бере активну участь в обговоренні теми; фрагментарно відповідає на запитання,

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Силабус навчальної дисципліни



поставлені викладачем чи іншими студентами; недостатньо використовує наукову термінологію, чіткість мови, логічність викладу думок;

0,5 бали – відповідь фрагментарна, частково охоплено декілька аспектів теми; студент не продемонстрував розуміння матеріалу на достатньому рівні; відповіді бракує висновків та аргументації; майже не бере участь в обговоренні теми; відповідає на запитання, поставлені викладачем чи іншими студентами, фрагментарно; недостатньо використовує наукову термінологію, не демонструє чіткість мови; логічність викладу думок.

Критерії оцінювання презентації

6 балів - У презентації відображено глибоке розуміння та усвідомлення матеріалу, творчий підхід до поставлених задач. Під час аналізу-інтерпретації зроблені самостійні висновки, аргументація, висловлене власне ставлення до проблеми. Малюнки, звуки, фото, анімації – у кількості, виправданій змістом презентації. Робота виконана творчо і самостійно. Презентація характеризується оригінальністю. Здобувач освіти володіє матеріалом та супроводжує свій виступ презентацією.

4-5 балів - Презентація відповідає темі, має чіткі цілі, логічно побудована, притягує аудиторію. Використано малюнки, фото та інші анімаційні ефекти. Наявні висновки. Здобувач освіти орієнтується у темі та коментує слайди.

2-3 бали - Презентація сфокусована на темі, проте не розкриває її, немає логічної послідовності та висновків. Презентація нагадує форму опорного конспекту, відсутні анімаційні ефекти. Можуть бути наявні помилки чи незрозумілості, але вони не значні. Здобувач освіти під час виступу читає інформацію зі слайдів, не додаючи власних коментарів та пояснень.

0-1 бал - Презентація складає враження нашвидкуруч зібрані слайди, немає логіки, відсутнє розуміння теми. Наявні значні помилки, незрозумілості. Здобувач освіти не володіє темою.

Критерії оцінювання есе

6 балів Есе відповідає всім вимогам курсу, демонструє глибокий аналіз, логічну послідовність і обґрунтовану аргументацію. Тема чітко сформульована, актуальна і розкрита з використанням надійних джерел. Структура есе чітка, розділи добре пов'язані між собою, висновки чітко підсумовують основні результати аналізу і містять обґрунтовані рекомендації. Використано академічний стиль письма з правильним оформленням цитувань.

4-5 балів Есе в цілому відповідає вимогам курсу, але може мати незначні недоліки, наприклад, у формулюванні теми, аналізі джерел, або структурі. Логіка викладу і аргументація загалом послідовні, висновки адекватно підсумовують результати. Вимоги до академічного стилю та оформлення дотримані, але можуть бути незначні помилки.

3 бали Есе демонструє поверхневий аналіз теми, з помилками в логіці викладу та аргументації. Структура есе нечітка, висновки слабкі або не відповідають змісту. Використання джерел обмежене або ненадійне, академічний стиль письма недотримано, є значні помилки в оформленні.

2 бали Есе не відповідає вимогам курсу, демонструє слабке розуміння теми, значні помилки в логіці викладу та аналізі. Структура есе хаотична, висновки відсутні або неадекватні. Використані ненадійні джерела, академічний стиль письма значно порушено, оформлення цитувань неправильне.

0-1 бал Есе не виконує вимог завдання, тема не розкрита, аргументація відсутня або нелогічна, структура відсутня. Джерела не використані або ненадійні, академічний стиль письма повністю відсутній, оформлення цитувань неправильне або відсутнє.

Критерії оцінювання повідомлення (доповіді)

6 балів Здобувач освіти демонструє свій погляд на сутність проблеми. Проблема розкрита на теоретичному рівні та підтверджена обґрунтуваннями, з точним і повним використанням фахових термінів і понять у контексті відповіді. Доповідь логічна, послідовна, композиційно чітка. Дано аргументацію своєї думки з опорою на факти громадського життя або особистий чи практичний досвід.

4-5 балів Представлено власну точку зору (позицію, ставлення) при розкритті проблеми. Проблема розкрита з використанням основних термінів і понять, обґрунтування не присутні або явно не простежуються.

2-3 бали - Проблема розкрита при формальному використанні фахових термінів. Власна думка не достатньо аргументована фактами громадського життя або практичним досвідом.

0-1 бал - Проблема не розкрита, наведена інформація не в контексті завдання

Позааудиторна навчально-наукова активність здобувача є однією із форм самоосвіти (неформальна/інформальна) при формуванні результатів навчання цієї дисципліни та має бути підтверджена відповідним документом (диплом, сертифікат, свідоцтво тощо). Зміст поза аудиторних навчально-наукових активностей, за які можуть нараховуватися додаткові (заохочувальні) бали, повинні корелювати з результатами навчання дисципліни, зокрема за такі підтверджені види діяльності:

- участь у студентських олімпіадах;
- представлення результатів науково-дослідних робіт здобувача на студентських конкурсах, конференціях;
- наявність власних розробок і підготовленої роботи та презентації в частині науково-дослідних та прикладних досліджень, які проводяться викладачем навчальної дисципліни та відповідають її спрямуванню;
- участь у програмах здобуття неформальної/інформальної освіти (онлайн-курси, розміщені на відкритих навчальних платформах, воркшопи, вебінари, майстер-класи, тренінги тощо - за наявності відповідних сертифікатів);

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Силабус навчальної дисципліни



- інші види та форми активностей у контексті змісту та РН дисципліни.

Якщо результати навчання (знання й уміння), отримані здобувачем під час самоосвіти, відповідають повністю або частково корелюють (неповні, схожі, але зі спорідненої галузі знань тощо) із РН дисципліни, які перевіряються поточними контролями певного змістового модуля, викладач має право оцінити їх при складанні здобувачем з урахуванням цих додаткових балів, але не перевищуючи максимальний бал за цей поточний контроль відповідно до критеріїв оцінювання. Отримані додаткові бали додаються *понад тих балів*, які здобувач може отримати, виконавши всі обов'язкові види робіт і склавши усі поточні контролі, - ці додаткові бали можуть стати вирішальними для отримання більш високої оцінки за весь курс! Тому, **НАПОЛЕГЛИВО РЕКОМЕНДУЄМО** здобувачеві скористатися цією нагодою та підвищити свій загальний бал (*максимально до 10 балів*), отриманий після виконання всіх обов'язкових видів контрольних заходів. Результати неформальної / інформальної освіти зараховуються згідно «Положення Запорізького національного університету про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти» (<https://surl.li/okfueu>).

Підсумковий контроль.

До підсумкового семестрового контролю допускаються здобувачі, яким на дату консультації перед цим контролем зараховано поточні контрольні заходи з усіх змістових модулів. Інакше, здобувач ліквідує існуючу поточну заборгованість на консультаціях і може бути допущений до підсумкового контролю за складеним графіком, узгодженим з екзаменатором та деканатом.

Підсумковий семестровий контроль проводиться у формі заліку: здобувач проходить заліковий тест на платформі СЕЗН ЗНУ Moodle та виконує практичні підсумкові завдання.

Підсумковий контроль вважається *пройденим успішно*, якщо здобувачеві зараховано теоретичне (тестування) та практичне завдання, бали за які підсумовуються і він отримує від 24 до 40 балів, *інакше* бали за іспит не додаються до семестрової оцінки (вважаються рівними нулю), а *підсумкова оцінка із дисципліни є незадовільною*.

Бальне оцінювання відповідей здобувача щодо підготовки презентації та виступу враховує диференційований рівень розуміння (РР) ним опанованого навчального матеріалу на основі таксономії SOLO (Structure of the Observed Learning Outcomes - Структура результатів навчання, які можна спостерігати (як поведінку)), що дозволяє релевантно оцінити рівень сформованості практичної складової програмних результатів навчання (рекомендація МОНУ, лист №1/9-344 від 24.06.2020, <https://surl.li/uldlbv>):

- РР 1: «не знати / не розуміти» - 0 балів (*не зараховано*);
- РР 1+: «частково впоратися із завданням» - 7-11- балів (*зараховано умовно*);
- РР 2: «назвати / розпізнати / виконати дії» - 12 балів (*зараховано*);
- РР 3: «виконати послідовність дій / описувати» - 13-14 балів (*зараховано*);
- РР 4: «порівняти / показати зв'язки» - 14-15 балів (*зараховано*);
- РР 4+: «обґрунтувати / аналізувати» - 16-17 балів (*зараховано*);
- РР 5: «теоретизувати / генерувати гіпотези» - 18-19 балів (*зараховано*);
- РР 5+: «абстрагувати / створювати / формулювати» - 20 балів (*зараховано*).

Практичне завдання підсумкового контролю зараховується здобувачеві, якщо при відповіді на завдання продемонстровано рівень розуміння навчального матеріалу не нижче «РР 2».

Підсумковий контроль вважається *пройденим успішно*, якщо здобувачеві зараховано теоретичне (тестування) та практичне завдання, бали за які підсумовуються і він отримує від 24 до 40 балів, *інакше* бали не додаються до семестрової оцінки (вважаються рівними нулю).

Загальна семестрова бальна оцінка за дисципліну складається як сума бальних оцінок за всі поточні контролі з усіх змістових модулів (з урахуванням додаткових балів за навчально-наукову активність) та за підсумковий контроль і не може перевищувати **100 балів**. Бальна оцінка переводиться у **національну** шкалу та шкалу **ECTS**.

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. Рекомендована література



Основна

1. Вілл Сторр. Наука сторітелінгу. Чому історії впливають на нас і як ними впливати на інших. Книга. Київ : Наш формат, 2022. 224 с.
2. Каплунов Денис. Королі соціальних мереж. Книга. Київ : ВООКСHEF, 2022. 432 с.
3. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : книга. К. : Центр учбової літератури, 2020, 202 с.
4. Роулз Деніел Цифровий брендинг: Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань : книга. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. 256 с.
5. Сесілія Канг, Шіра Френкель. Огидна правда. Facebook: за лаштунками боротьби за першість. Книга. Київ : Vivat, 2022. 336 с.
6. Шавкун І., Дибчинська Я. С. Репутаційний менеджмент: курс лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент готельного, курортного та туристичного сервісу». Запоріжжя: ЗНУ, 2020. 120 с.
7. Boryshkevych I. Development of Pedagogical Staff as an Integral Element of Forming a Positive Image of an Educational Institution. Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University. 2021. Vol. 8(3). pp. 52-59. URL: <https://doi.org/10.15330/jpnu.8.3.52-59>

Додаткова

1. Вінічук, М. В., & Нагірна, О. В. (2025a). КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА, PR-МЕНЕДЖМЕНТ ТА ОФІС-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КОНТРОЛІНГУ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ. *Інвестиції: практика та досвід*, (17), 177–182. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.17.177>
2. Вінічук, М. В., & Нагірна, О. В. (2025b). PR-МЕНЕДЖМЕНТ І ТРЕНІНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОФІС-МЕНЕДЖМЕНТУ. *Журнал "Агросвіт"*, (18), 68–74. <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2025.18.68>
3. Все про рекламу та PR в Україні. 2024. URL: <http://www.4plus.com.ua/>.
4. Гринюк, В., & Іваницька, Ю. (2022). РЕКЛАМА ТА PR-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ТУРФІРМОЮ. *Scientific Bulletin of Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Series: Economics and Management in the Oil and Gas Industry)*, (2(24)), 111–123. [https://doi.org/10.31471/2409-0948-2021-2\(24\)-111-123](https://doi.org/10.31471/2409-0948-2021-2(24)-111-123)
5. Губіна А. М., Нетреба М. М., Хлебнікова Т. М. Сучасні PR-технології у менеджменті організацій. Наукові перспективи. 2021. № 11(17). URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/705/707>
6. Л. В. Спицька, В. П. П. (2020). МЕНЕДЖМЕНТ РОЗВИТКУ СТРУКТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ. *Juridical science*, (7 (109)), 128–136. <https://doi.org/10.32844/10.32844/2222-5374-2020-109-7.17>
7. Ласукова, А. С. (2021). *Дослідження шляхів впровадження PR-технологій в менеджмент реабілітаційного центру Vidnova* [Master's thesis, Сумський державний університет]. eSSUIR – Electronic Sumy State University Institutional Repository. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87102>
8. Особливості PR для IT-компаній: ваші аудиторії та меседжі для кожної з них. 2024. URL: <https://marketer.ua/ua/features-of-pr-for-it-companies/>
9. Поліщук, М. І. (2022). ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА ЯК ТИП РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ. *Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету*, (37), 69–73. <https://doi.org/10.32782/2663-5682/2022/37/14>
10. Річ Лі Міфи про PR : книга. Харків : Фабула, 2020. 272 с. .
11. Складаємо контент-план: як знайти цікаві теми для постів. 2024. URL: <https://iampm.club.ua/blog/skladajemo-kontent-plan-yak-znajti-czikavi-temi-dlyapostiv/>
12. Так (не) треба робити. Як побудувати PR нового IT-продукту з нуля. 2024. URL: <https://vctr.media/ua/yak-pobuduvati-pr-novogo-it-produktu-z-nulya148493/>
13. Технології для розробки сайту: що це, які найпопулярніші та як вибрати. 2024. URL: <https://iampm.club.ua/blog/tehnologiyi-dlya-rozrobki-sajtushho-cze-yaki-najpopulyarnishi-ta-yak-vibrati/>
14. Технологічні тренди 2024 року. SPEKA.media: вебсайт. URL: https://speka.media/tehnologicni-trendi-2024-rokury77eq?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=21107681931&gad_source=1
15. Al Hazmi, R. A. (2025). Integration of verified whatsapp in the DGT'S public relations business process: Communication channel innovation to improve public trust. *Educoretax*, 5(8), 945–956. <https://doi.org/10.54957/educoretax.v5i8.1657>
16. Avidar, R. (2025). On organizational reputation. *У Intercultural Public Relations* (с. 50–71). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003368366-3>
17. *Foresight planner: Ideas and opportunities for PR, marketing, sales and advertising*. (б. д.). Profile Group.
18. Hermanni, A.-J. (2023). Public Relations. *У Business Guide for Strategic Management* (с. 251–256). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-41367-5_36
19. Holzer, M., & Schwester, R. W. (2024). Intergovernmental Relations. *У Public Administration* (4-те вид., с. 115–134). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003403555-5>



20. Huertas, A. (2024). Public Relations. У *Encyclopedia of Tourism* (с. 836–837). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-030-74923-1_154
21. Kinnear, S., & Coleman, A. (2025). Public Sector Public Relations. У *The Public Relations Handbook* (7-ме вид., с. 194–209). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003517375-18>
22. Klyuchevskaya, I., Semikova, O., & Zheleznov, I. (2023). *Advertising and PR activities of a hotel company*. INFRA-M Academic Publishing LLC. <https://doi.org/10.12737/1852505>
23. Krivulskaya, S. (2025). Public Relations. У *Disgraced* (с. 150–171). Oxford University Press New York. <https://doi.org/10.1093/oso/9780197599686.003.0008>
24. Mahoney, J. (2025). Introduction. У *Public Relations Writing* (4-те вид., с. 1–26). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003598381-1>
25. Milan, L. (2025). Business-to-Business Public Relations. У *The Public Relations Handbook* (7-ме вид., с. 221–233). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003517375-20>
26. Mirzazada, N., & Camalov, T. (2025). Mechanism for Regulating Business Relations. *Porta Universorum*, 1(8), 26–36. <https://doi.org/10.69760/portuni.0108003>
27. Özer Alper, D. (2024). Public Relations Discourse on X (Twitter) and Analysis of Public Relations. *Journal of Communication & Public Relations*, 3(1), 14–26. <https://doi.org/10.37535/105003120242>
28. Palea, A. (2023). CREATIVITY IN PUBLIC RELATIONS. *Professional Communication and Translation Studies*, 3, 19–24. <https://doi.org/10.59168/nshu9195>
29. Salzano, M., & Ashby-King, D. T. (2025). Examining proposed generative AI integrations in public relations: Offering participatory (AI) public relations. *Public Relations Inquiry*. <https://doi.org/10.1177/2046147x251320170>
30. SEO-лідогенерація: безкоштовні методи для прокачки сайту. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/seo-lidogeneracziyabezkoshtovni-metodi-dlyaprokachki-sajtu/>
31. Sumandiyar, A., Smith, J. C. M., Syahr, Z. H. A., Husain, M. N., & Suharyanto, A. (2023). Influencer relations: the new paradigm of public relations. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 7(2), 401–416. <https://doi.org/10.25139/jsk.v7i2.6688>
32. Shavkun I. ., Dybchynska Y. . Positive business reputation formation as a challenge of organizational behavior. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*. 2023. Т. 4. № 26. С. 58–69. URL: <https://management-journal.org.ua/index.php/journal/issue/view/27> .
33. Vuković, M., Voza, D., & Vuković, A. (2024). Ethical issues in public relations practice. У *XIX International May Conference on Strategic Management – IMCSM24 Proceedings*. University of Belgrade, Technical Faculty in Bor. <https://doi.org/10.5937/imcsm24065v>

Електронні ресурси

1. Noblet Media CIS URL: <http://www.nobletmedia.com.ua>
2. Open Mind (компания OMCG) URL: <http://omcg.com.ua>
3. PRESS-SERVICE – PR-агентство URL: <http://press-service.com.ua>
4. Publicity Creating URL: <http://www.publicity.com.ua>
5. Асоціація політичних консультантів України. URL: <http://www.piar.kiev.ua/>
6. Всеукраїнський портал про PR URL: <http://propr.com.ua>.
7. Global Alliance for Public Relations and Communications Management. URL: <http://www.online-pr.com>
8. International Communications Consultancy Organisation URL: <http://www.iccopr.com>
9. Законодавство України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws>
10. Курс «Комунікаційні інструменти для побудови репутації» // Prometheus. URL : <https://prometheus.org.ua/>
11. Національна служба посередництва і примирення. URL: www.nspp.gov.ua
12. Портал управління змінами. URL: <https://pdp.nacs.gov.ua/>
13. Психологічний захист та його механізм. URL: www.horting.org.ua/note/1455
14. Сайт наукової бібліотеки «Буковина». URL: <http://buklib.net>
15. Сайт Національної бібліотеки імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>
16. Український центр медіації. URL: www.kmbs.ua/storage/files/_brochure.pdf

7. 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.

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.

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 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, відправте електронного листа з позначкою «Важливо» на адресу yanasd73@gmail.com. У листі обов'язково вкажіть ваше прізвище та ім'я, курс та шифр академічної групи.

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): <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:

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Силабус навчальної дисципліни



Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://lnk.ua/QRV4wGwe3>;
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/>.