

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА СОЦІАЛЬНИХ І ГУМАНІТАРНИХ ДИСЦИПЛІН

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Основи Паблік Рілейшнз»

загальний обов'язковий освітній компонент
за освітньо-професійною програмою «Робота з персоналом»
підготовки за другим (магістерським) рівнем вищої освіти
у галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
за спеціальністю 053 «Психологія»

Рекомендовано кафедрою соціальних і
гуманітарних дисциплін
на 2023-2024 навчальний рік.
Протокол від «29» серпня 2023 року
№ 2

Силабус розроблений відповідно до Робочої програми навчальної дисципліни
«Основи Паблік Рілейшнз»

2023 рік

Загальна інформація про дисципліну

Анотація дисципліни

Паблік рілейшнз є теоретичним знанням і одночасно практичною діяльністю, що динамічно розвивається в умовах капіталістичного суспільства. Соціальні протиріччя, що є невід'ємною частиною історичного розвитку, постійно актуалізують пошук нових способів досягнення консенсусу між суб'єктами суспільних відносин. Саме уся повнота та різноманітність комунікативних процесів у соціумі є предметом дослідження Паблік рілейшнз.

Специфіка дисципліни потребує всестороннього, комплексного підходу, залучення знань зі сфери усіх соціальних і поведінкових наук та психології зокрема. Тому курс з основ Паблік рілейшнз є важливим компонентом професійної підготовки психолога, що допомагає йому дослідити способи встановлення та підтримання процесу комунікації, взаємопорозуміння, налагодження контакту між окремими організаціями (політичними, релігійними, освітніми, комерційними) та суспільством.

Основний результат, якого мають досягти здобувачі вищої освіти у ході вивчення навчальної дисципліни, є: засвоєння теоретичних основ зв'язків з громадськістю, аналіз передового досвіду спеціалістів зі сфери PR, оволодіння вмінням креативного підходу до вирішення соціальних протиріч. З метою активізації самостійної роботи програма містить семінарсько-практичні заняття, а також перелік завдань для самостійної роботи. Для підсумкового контролю програмою курсу передбачено проведення диференційованого заліку.

Інформація про науково-педагогічного працівника

Загальна інформація	Рябініна Олена Володимирівна, професор кафедри соціальних і гуманітарних дисциплін соціально-психологічного факультету, доктор філософських наук, професор.
Контактна інформація	м. Харків, вул. Чернишевська, 94, кабінет № 413. Робочий номер телефону – 707-34-78
E-mail	evryabinina@gmail.com
Наукові інтереси	- соціальна філософія; - особливості сучасного етапу розвитку свідомості; - філософська антропологія; - культурологія.
Професійні здібності	- професійні знання і досвід роботи в студентських аудиторіях в процесі викладання гуманітарних дисциплін;
Наукова діяльність за освітнім компонентом	1. Рябініна О.В. і ін. The Role of Science in Society sustainable Development // Katowice: Katowice School of Techology, 2020. – 243 с.

	2. Рябініна О.В. «Особлива ситуація постмодерну»: трансмутації культурної свідомості в сучасну добу // Scientific Journal Virtus. – Сватове: Центр сучасної педагогіки «Навчання без кордонів», 2020. – Выпуск 41. – С. 29-31
--	---

Час та місце проведення занять з дисципліни

Аудиторні заняття з навчальної дисципліни проводяться згідно затвердженого розкладу. Електронний варіант розкладу розміщується на сайті Університету (<http://rozklad.nuczu.edu.ua/timeTable/group>).

Консультації з навчальної дисципліни проводяться протягом семестру щосередини з 15.00 до 16.00 в кабінеті № 413. В разі додаткової потреби здобувача в консультації час погоджується з викладачем.

Мета вивчення дисципліни: ознайомлення здобувачів вищої освіти з основами комунікації з громадськістю, засобами управління кризовими ситуаціями, способами створення позитивного іміджу, а також передовим досвідом організації політичних кампаній, спеціальних подій, просування товарів та послуг, як елементами в системі Паблік Рілейшнз.

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Форма здобуття освіти
	заочна (дистанційна)
Статус дисципліни	обов'язкова професійна
Рік підготовки	1 курс
Семестр	1
Обсяг дисципліни:	
- в кредитах ЄКТС	3
- кількість модулів	2
- загальна кількість годин	90
Розподіл часу за навчальним планом:	
- лекції (годин)	8
- практичні заняття (годин)	2
- семінарські заняття (годин)	-
- лабораторні заняття (годин)	-
- курсова робота (годин)	-
- інші види занять (годин)	-
- самостійна робота (годин)	80
- індивідуальні завдання (науково-дослідне) (годин)	-

- підсумковий контроль	Диференційований залік
------------------------	------------------------

Передумови для вивчення дисципліни

Для успішного навчання необхідне опанування навчальними дисциплінами: організаційна психологія та основи організації праці, правові аспекти роботи з персоналом.

Результати навчання та компетентності з дисципліни

Відповідно до освітньо-професійних програм «Екстремальна та кризова психологія», «Робота з персоналом» вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити:

- досягнення здобувачами вищої освіти таких результатів навчання:

Програмні результати навчання	ПР
- Здійснювати пошук, опрацювання та аналіз професійно важливих знань із різних джерел із використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.	ПР1.
- Узагальнювати емпіричні дані та формулювати теоретичні висновки.	ПР3.
- Розробляти просвітницькі матеріали та освітні програми, впроваджувати їх, отримувати зворотній зв'язок, оцінювати якість.	ПР6.
- Доступно і аргументовано представляти результати досліджень у писемній та усній формах, брати участь у фахових дискусіях	ПР7.
- Вирішувати етичні дилеми з опорою на норми закону, етичні принципи та загальнолюдські цінності.	ПР9.

- формування у здобувачів вищої освіти наступних компетентностей:

Програмні компетентності (загальні та спеціальні)	ЗК, СК
- Цінувати та поважати різноманітність та мультикультурність.	ЗК5.
- Здатність спілкуватися іноземною мовою.	ЗК10.
- Здатність організувати та реалізовувати просвітницьку та освітню діяльність для різних категорій населення у сфері психології.	СК5.
- Здатність ефективно взаємодіяти з колегами в моно- та мультидисциплінарних командах.	СК6.

Програма навчальної дисципліни

Теми навчальної дисципліни:

МОДУЛЬ 1

Тема 1.1. Сутність та зміст Паблік Рілейшнз. Історія становлення та розвитку Паблік Рілейшнз як теоретичної дисципліни та практичної діяльності

Тема 1.2. Громадськість та суспільна думка в сфері Паблік Рілейшнз.

Тема 1.3. Комунікація і її вплив на громадськість

Тема 1.4. Паблік Рілейшнз в кризових ситуаціях.

МОДУЛЬ 2

Тема 2.1. Створення іміджу.

Тема 2.2. Політичний Паблік Рілейшнз.

Тема 2.3. Організація спеціальних подій.

Тема 2.4. "Чорний" Паблік Рілейшнз.

Розподіл дисципліни у годинах за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять:

Назви модулів і тем	Заочна (дистанційна) форма навчання					
	Кількість годин					
	усього	у тому числі				
		лекції	практичні (семінарські) заняття	лабораторні заняття	самостійна робота	модульна контрольна робота
1 - й семестр						
Модуль 1.						
Тема 1.1.	12	2			10	
Тема 1.2.	11	1			10	
Тема 1.3.	11	1			10	
Тема 1.4.	11	1			10	
Разом за модулем 1	45	5			40	
Модуль 2						
Тема 2.1.	11	1			10	
Тема 2.2.	11	1			10	
Тема 2.3.	10,5	0,5			10	
Тема 2.4.	12,5	0,5	2		10	
Разом за модулем 2	45	3	2		40	

Оцінювання освітніх досягнень здобувачів вищої освіти

Засоби оцінювання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є: диференційований залік, реферати, есе, презентації результатів виконаних завдань, розбір кейсів.

Оцінювання рівня освітніх досягнень здобувачів за освітніми компонентами, здійснюється за 100-бальною шкалою, що використовується в НУЦЗ України з переведенням в оцінку за рейтинговою шкалою - ЄКТС та в 4-бальну шкалу.

Форми поточного та підсумкового контролю

Поточний контроль результатів навчання здобувачів освіти проводиться у формі фронтального та індивідуального опитування, виконання контрольної роботи тощо.

Підсумковий контроль проводиться у формі диференційованого заліку.

Розподіл та накопичення балів, які отримують здобувачі, за видами навчальних занять та контрольними заходами з дисципліни

Види навчальних занять	Кількість навчальних занять	Максимальний бал за вид навчального заняття	Сумарна максимальна кількість балів за видами навчальних занять
I. Поточний контроль			
Модулі 1, 2	лекції	4	20
	семінарські заняття	1	10
Разом за поточний контроль			30
II. Контрольна робота*			30
III. Підсумковий контроль (дифзалік)*			40
Разом за всі види навчальних занять та контрольні заходи			100

* – види навчальних занять та контрольні заходи для обов'язкового виконання.

Поточний контроль

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів на семінарському занятті:

9-10 балів – завдання виконане в повному обсязі, відповідь вірна, наведено аргументацію, використовуються професійні терміни, звіт

оформлений граматично і стилістично без помилок;

7-8 балів – завдання виконане, але обґрунтування відповіді недостатнє, у звіті допущені незначні граматичні чи стилістичні помилки;

5-6 балів – завдання виконане частково, у звіті допущені незначні граматичні чи стилістичні помилки;

3-4 бали – завдання виконане частково, у звіті допущені значні граматичні та стилістичні помилки;

1-2 бали – у відповіді допущені значні помилки

0 балів – завдання не виконане.

Викладачем оцінюється повнота розкриття питання, цілісність, системність, логічна послідовність, вміння формулювати висновки, самостійність виконання.

Критерії оцінювання знань здобувачів при виконанні контрольних робіт:

25-30 балів – вірно дані відповіді на два питання з дотриманням всіх вимог до виконання;

20-24 балів – в цілому розкриті два питання, але недостатньо обґрунтуванні відповіді, допущені незначні помилки;

15-19 балів – дані відповіді на два питання, проте вони поверхові і без самостійного аналізу;

10-14 балів – дана розгорнута відповідь на одне питання.

5-9 балів – дано відповідь на одне питання з допущенням помилок;

0-4 балів – відповідь відсутня або робота містить грубі помилки.

Контрольна робота є складовою контролю роботи здобувачів вищої освіти, яка виконується під час періоду самостійного навчання. Для отримання допуску до підсумкового контролю здобувач вищої освіти повинен виконати контрольну роботу, яка виконується у міжсесійний період та повинна бути подана для перевірки та рецензування викладачу. Здобувачі вищої освіти, контрольні роботи яких пройшли рецензування та зараховані, вважаються допущеними до складання заліку з дисципліни. Оцінювання контрольної роботи здійснюється у відповідності до визначених критеріїв. У день складання заліку контрольні роботи на рецензування не приймаються.

Загальні вимоги до оформлення контрольної роботи: написання українською мовою, чіткість побудови, логічна послідовність аргументації відповідей на завдання.

Контрольна робота оформляється на аркушах формату А4 без рамок, додержуючись таких розмірів полів: ліве – 30 мм, праве – 15 мм, верхнє – 20 мм, нижнє – 20 мм. Текст і рисунки набираються на комп'ютері. При підготовці рукопису засобами текстового редактора Word рекомендується дотримуватися таких вимог: шрифт – Times New Roman, розмір 14; міжрядковий інтервал – 1; відступ – 1,25 см; вирівнювання тексту – за шириною. В таблицях та рисунках допускається використання шрифту розміром 12. Нумерація сторінок має бути наскрізною і подаватися

арабськими цифрами зверху справа сторінки. Першою сторінкою є титульний аркуш, який включають до загальної нумерації, але номер сторінки на ньому не ставлять.

Список використаних літературних джерел розміщується з нової сторінки у алфавітному порядку.

Викладачем оцінюється понятійний рівень здобувача, логічність та послідовність під час відповіді, самостійність мислення, впевненість в правоті своїх суджень, вміння виділяти головне, вміння встановлювати міжпредметні та внутрішньопредметні зв'язки, вміння робити висновки, показувати перспективу розвитку ідеї або проблеми, відсоток унікальності та запозичення текстового документу (плагіат).

Кожен варіант контрольної роботи складається з двох питань і обирається індивідуально (номер варіанту відповідає порядковому номеру слухача у списку групи в учбовому журналі). У відповіді на поставленні питання здобувачі вищої освіти повинні відобразити володіння навчальним матеріалом, зокрема, вміння застосовувати його на практиці (у вигляді наведення власних прикладів, розв'язання кейсів і т.д.), оцінювати факти, явища, вільно висловлювати власні думки, самостійно оцінювати різноманітні явища та факти, проявляючи особисту позицію щодо них, вміло використовувати міжпредметні зв'язки.

Питання до контрольної роботи за модулем 1 та 2:

Варіант № 1

1. Історія Паблік Рілейшнз.
2. Сутність громадської думки. Вивчення громадської думки.

Варіант № 2

1. Принципи та функції Паблік Рілейшнз.
2. Загальні принципи організації передвиборчої кампанії.

Варіант № 3

1. Техніка організації спеціальної події.
2. Комунікація в кризових ситуаціях.

Варіант № 4

1. Управління проблемами з метою запобігання кризових ситуацій.
2. Основи комунікації. Сутність вербальних та невербальних комунікацій.

Варіант № 5

1. Сучасний стан Паблік Рілейшнз в Україні.

2.Імідж та його природа.

Варіант № 6

1.Методи створення іміджу.

2.Типи масових кампаній. Принципи та елементи масових кампаній.

Варіант № 7

1.Поняття громадськості. Типологія груп громадськості.

2.Підготовка прес-конференції.

Варіант № 8

1.Сутність спеціальних подій.

2.«Чорний» ПАР в політиці.

Варіант № 9

1.Відносини із засобами масової інформації. Робота з пресою.

2.Методи створення іміджу.

Варіант № 10

1.Боротьба з плітками.

2.«Чорний» ПАР у бізнесі.

Варіант № 11

1.Реклама іміджу та питання професійної етики піарменів.

2. Концептуальні основи політичного маркетингу (Р. Глік, П. Бурдье, Ф. Котлер, Д. Ліндон).

Варіант № 12

1.Пакет для засобів масової інформації: основні види інформації.

2.Теоретичні моделі комунікації: лінгвістична (Р. Якобсон), театральна (Н. Євреїнов), герменевтична (Г. Шпет).

Варіант № 13

1.Вивчення конфліктогенів. Типи конфліктогенів.

2.Створення іміджу банка та його компоненти.

Варіант № 14

1. Цілі і завдання фінансового ПР.
2. Дискредитація суперників на зустрічах з виборцями. Захист від компромату.

Варіант № 15

1. Особливості Паблік Рілейшнз в Україні
2. Образ кандидата в рекламі

Варіант № 16

1. Особливості Паблік Рілейшнз в країнах пострадянського простору.
2. Особливості безконфліктної поведінки. Правила припинення розмови.

Варіант № 17

1. Особливості Паблік Рілейшнз в США.
2. Принципи створення образу іміджмейкерами. Епатаж як засіб звернення уваги публіки.

Варіант № 18

1. Особливості Паблік Рілейшнз в країнах західної Європи.
2. Художня комунікація (Ю. Лотман). Взаємодія різних видів посилань у комунікативному просторі.

Варіант № 19

1. Особливості Паблік Рілейшнз в розвинених країнах Азії.
2. Теоретичні моделі комунікації: психоаналітична (З. Фрейд, К Юнг), соціологічна (П. Бурдьє), деконструктивистська (Ж. Деррида).

Підсумковий контроль

Критерії оцінювання знань здобувачів на диференційованому заліку:

35-40 балів – в повному обсязі здобувач володіє навчальним матеріалом, глибоко та всебічно розкрив зміст питань;

28-34 бали – достатньо повно володіє навчальним матеріалом, в основному розкрито зміст поставлених питань. При наданні відповіді на деякі питання не вистачає достатньої глибини та аргументації, при цьому є несуттєві неточності та незначні помилки;

20-27 балів – в цілому володіє навчальним матеріалом, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки;

12-19 балів – не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Недостатньо розкритий зміст питань та завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності;

5-11 балів – частково володіє навчальним матеріалом, відповіді загальні, допущено при цьому суттєві помилки;

0-4 балів – не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту питань.

Підсумковий контроль успішності проводиться з метою оцінки результатів навчання на завершальному етапі, проводиться у формі усного диференційованого заліку.

Перелік питань для підготовки до заліку:

1. Визначення Паблік Рілейшнз.
2. Принципи та функції Паблік Рілейшнз.
3. Вимоги до особистих якостей спеціалістів з Паблік Рілейшнз.
4. Історія Паблік Рілейшнз: від прадавніх часів до становлення як теоретичної та практичної дисципліни.
5. Організація діяльності Паблік Рілейшнз.
6. Теоретичні основи діяльності в сфері Паблік Рілейшнз.
7. Поняття громадськості.
8. Типологія груп громадськості.
9. Підходи до визначення цільових груп громадськості.
10. Сутність суспільної думки.
11. Вивчення суспільної думки
12. Принципи роботи з основними групами громадськості.
13. Основні засоби розповсюдження ПР.
14. Основи комунікації.
15. Види комунікації.
16. Засоби масової інформації і їх види.
17. Відносини із засобами масової інформації в сфері ПР.
18. Вплив на громадськість.
19. Паблік Рілейшнз як комунікативна дисципліна.
20. Поняття комунікативного простору.
21. Визначення кризи.
22. Типологія кризи.
23. Керування ситуацією з метою запобігання кризи.
24. Керування в умовах кризи.
25. Комунікація в кризових ситуаціях.
26. Досягнення атракції в ПіаР-акціях у кризових ситуаціях.
27. Безконфліктна поведінка.
28. Імідж і його природа.
29. Різновиди іміджів
30. Внутрішня громадськість і імідж організації
31. ПР-реклама іміджу
32. Роль внутрішньої та зовнішньої громадськості у сприйнятті іміджу організації.
33. Реклама іміджу організації.
34. Типи масових кампаній, їх принципи та елементи.
35. Особливості передвиборчої кампанії. Кандидат та його підготовка до передвиборчої кампанії.

36. Штатний персонал передвиборчої кампанії.
37. Активізація явки виборців на вибори.
38. Політичний маркетинг у виборчих кампаніях.
39. Формування іміджу кандидата.
40. Сутність спеціальних подій.
41. Різновиди спеціальних подій та особливості підготовки до них.
42. Організація спеціальних подій в сфері шоу-бізнесу.
43. Організація спеціальних подій у фінансовій сфері.
44. Маніпуляція думкою виборців.
45. «Чорні» політтехнології.
46. Поводження кандидатів під час передвиборчих перегонів.
47. Дискредитація суперників.
48. Дезінформація та її носії.

Політика викладання навчальної дисципліни

1. Активна участь в обговоренні навчальних питань, попередня підготовка до семінарських занять за рекомендованою літературою, якісне і своєчасне виконання завдань.
2. Сумлінне виконання розкладу занять з навчальної дисципліни.
3. З навчальною метою під час заняття мобільними пристроями дозволяється користуватися тільки з дозволу викладача і лише в навчальних цілях (для доступу до мережі інтернет або в якості електронного носія для презентації доповіді).
4. Здобувач вищої освіти має право дізнатися про свою кількість накопичених балів у викладача навчальної дисципліни та вести власний облік цих балів.
5. Здобувачі повинні діяти відповідно до політики НУЦЗ України щодо академічної доброчесності.
6. Викладач буде вдячний, якщо здобувач надасть відгук щодо якості навчання та висловіть свої пропозиції з покращення змісту курсу та форм роботи.

Рекомендовані джерела інформації

Література

1. 1. Березнеко, В. В. Соціальні комунікації в контексті становлення громадянського суспільства в Україні / В. В. Березнеко // Держава та регіони. Серія Державне управління. – 2009. – № 1. – С. 17-20.
2. Братко, О. С. Паблік-рілейшнз (зв'язки з громадкістю) / О. С. Братко // Маркетингова політика комунікацій : навчальний посібник / О. С. Братко. – Тернополь : Карт-бланш, 2006. – С. 190-224.
3. Владимирська, Г. О. Паблік рілейшнз-створення іміджу / Г. О. Владимирська, П. О. Владимирський // Реклама : навчальний посібник / Г. О. Владимирська, П. О. Владимирський. – К. : Кондор, 2006. – С. 86-108.

4. Гаман, Т. В. Роль і значення зв'язків з громадськістю у формуванні позитивного іміджу органів державної влади / Т. В. Гаман, О. А. Андрійчук // Університетські наукові записки. – 2011. – № 4. – С. 408-416.
5. Мойсеєв В.А. Паблік рілейшнз: навчальний посібник. К.: Академвидав, 2007. – 226с.
6. Полякова О.О. Масовізація як ідентифікаційний маркер новітнього етапу соціокультурного буття // The Role of Science in Society sustainable Development. Katowice: Katowice School of Technology, 2020. – 243 с.
7. Полякова О.О. Основи паблік рілейшнз : Курс лекцій. Х. : НУЦЗУ, 2012 . – 79 с. // Режим доступу: http://books.nuczu.edu.ua/list.php?IDlist=Q_1#up
8. Полякова О.О. Основи Паблік Рілейшнз: Курс лекцій. Х.: НУЦЗУ, 2017. – 109 с.// Режим доступу: http://books.nuczu.edu.ua/list.php?IDlist=Q_1#up
9. Почепцов, Г. Г. Паблік рилейшнз : навчальний посібник / Г. Г. Почепцов. – 2-ге вид., випр. і допов. – К. : Знання, 2004. – 373 с.
10. Освітньо-професійна програма «Робота з персоналом».

Інформаційні ресурси

1. Інтернет-портал “ProPR”: <http://propr.com.ua/ru/newspr/ukraine>.
2. Міжнародний інтернет-портал про новини зі сфери ПР-технологій: <https://www.provokemedia.com/ranking-and-data/global-pr-agency-rankings/2020-pr-agency-rankings/top-250>
3. Сайт найуспішнішого за рейтингом 2021 ПР-агенства у світі: <https://www.edelman.com/>

Розробник:
 професор кафедри
 соціальних і гуманітарних дисциплін
 доктор філософських наук, професор

Олена РЯБІНІНА