

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
«ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»  
Факультет філології, психології та педагогіки  
Кафедра українознавства, культури та документознавства



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор із науково-педагогічної та  
навчальної роботи

А.М. Мартиненко

2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«PR-ТЕХНОЛОГІЇ»  
(назва навчальної дисципліни)

підготовки бакалавра  
(назва ступеня вищої освіти)

спеціальності 029 ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА ТА АРХІВНА СПРАВА  
(код і назва спеціальності)


Полтава  
2024 рік

**Робоча програма навчальної дисципліни «PR-технології» для студентів спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Складена відповідно до освітньої програми «Інформаційна аналітика та PR-діяльність» 2024 року.**

**Розробник: Передерій І.Г. завідувачка кафедри українознавства, культури та документознавства, д.і.н., професорка**

**Погоджено**

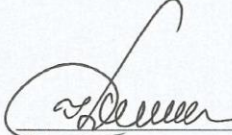
Гарант освітньої програми

  
\_\_\_\_\_ Людмила ЧЕРЕДНИК

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри українознавства, культури та документознавства

**Протокол від «28» серпня 2024 року № 1**

Завідувач кафедри українознавства,  
культури та документознавства

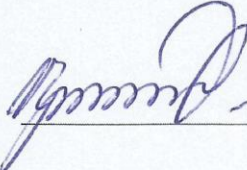
  
\_\_\_\_\_ (Ірина ПЕРЕДЕРІЙ)

«29» серпня 2024 року

Схвалено навчально-методичною комісією факультету

**Протокол від «29» серпня 2024 року № 1**

Голова навчально-методичної комісії

  
\_\_\_\_\_ (Віктор ЧЕРНИШОВ)

«30» серпня 2024 року

© Передерій І.Г., 2024 рік

© Національний університет

імені Юрія Кондратюка, 2024 рік

## Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
		форма навчання денна
Кількість кредитів – 5	Галузь знань <u>02_ Культура і мистецтво</u>	Обов'язкова
Загальна кількість год. – 150	Спеціальність 029 <b><u>«Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»</u></b> ,	<b>Рік підготовки:</b>
Модулів – 1		3-й
Змістових модулів – 2		<b>Семестр</b>
		5-й
Індивідуальні завдання курсова робота	<u>Ступінь вищої освіти</u> <u>бакалавр</u>	<b>Лекції</b>
		30 год.
		<b>Практичні, семінарські</b>
		30 год.
		<b>Лабораторні</b>
		0 год.
		<b>Самостійна робота</b>
		60 год.
<b>Індивідуальні завдання</b>		
Курсова робота – 30 год.		
<b>Вид контролю:</b> екзамен		

**Примітка.**

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 60/60/30

### **Мета навчальної дисципліни**

Дисципліна «PR-технології» є обов'язковим компонентом освітньо-професійної програми «Інформаційна аналітика та PR-діяльність» підготовки бакалавра для спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» і входить до циклу дисциплін професійної підготовки.

**Мета:** ознайомити студентів з історією становлення та розвитку публік рилейшнз, провідними PR-технологіями у різних видах діяльності сучасного суспільства; сформувати у них навички та вміння організації ефективних зв'язків із громадськістю установи, підприємства, фірми, закладу документно-інформаційної сфери, а також проведення різноманітних PR-акцій, кампаній і заходів; забезпечити опанування професійним інструментарієм PR-текстолога.

Завдання дисципліни спрямовані на формування у студентів таких загальних та фахових компетентностей:

ІК. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у галузі інформаційної, бібліотечної та архівної справи або у процесі навчання, що передбачає застосування положень і методів інформаційної, бібліотечної та архівної справи і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.

ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 6. Навички використання інформаційних і комунікативних технологій.

ЗК 7. Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 8. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК 9. Здатність працювати в команді.

ЗК 10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК 12. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця в загальній системі знань про природу і суспільство та в розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК 13. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.

СК 1. Здатність забезпечувати відбір, аналіз, оцінку, систематизацію, моніторинг, організацію, зберігання, розповсюдження й надання в користування інформації та знань у будь-яких форматах.

СК 2. Здатність використовувати методи систематизації, пошуку, збереження, класифікації інформації для різних типів контенту та носіїв.

СК 6. Здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації.

СК 9. Здатність використовувати PR та інші прикладні соціокомунікаційні технології в умовах сучасної інформаційно-технологічної інфраструктури.

СК 10. Здатність адмініструвати соціальні мережі, електронні бібліотеки й архіви.

СК 12. Здатність створювати, наповнювати та забезпечувати функціонування веб-сайтів і веб-спільнот у мережі Інтернет.

СК 17. Здатність створювати й просувати інформаційний контент, розроблені медійні продукти в процесі формування іміджу й бренду.

### **3. Передумови для вивчення дисципліни**

Оволодіння знаннями з дисципліни «PR-технології» ґрунтується на тісному взаємозв'язку з іншими навчальними дисциплінами. Передумовами для вивчення дисципліни є

знання, уміння та навички, одержані під час опанування навчальною дисципліною «Етика і психологія ділового спілкування».

#### 4. Очікувані результати навчання з дисципліни

Програма вивчення навчальної дисципліни «PR-технології» передбачає ознайомлення студентів з історією, теорією та практикою зв'язків із громадськістю у світовому та вітчизняному вимірі.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен оволодіти такими програмними результатами навчання (уміннями й навичками):

РН 4. Застосовувати у професійній діяльності технології інформаційного менеджменту, створення і підтримки функціонування електронних бібліотек та архівів, методологію вивчення й задоволення культурних та інформаційних потреб користувачів.

РН 5. Узагальнювати, аналізувати й синтезувати інформацію в діяльності, пов'язаній із її пошуком, накопиченням, зберіганням та використанням.

РН 6. Знати, розуміти та застосовувати в практичній діяльності законодавчі й галузеві нормативні документи.

РН 9. Оцінювати можливості застосування новітніх інформаційно-комп'ютерних та комунікаційних технологій для вдосконалення практик виробництва інформаційних продуктів і послуг.

РН 11. Здійснювати пошук інформації в різних джерелах для розв'язання професійних завдань.

РН 13. Оцінювати результати діяльності та відстоювати прийняті рішення.

РН 15. Використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва.

РН 16. Приймати обґрунтовані управлінські та технологічні рішення.

РН 17. Бути відповідальним, забезпечувати ефективну співпрацю в команді.

РН 18. Навчатися з метою поглиблення набутих та здобуття нових фахових знань.

РН 19. Дотримуватися і реалізовувати основні засади охорони праці та безпеки життєдіяльності.

РН 21. Уміти розробляти якісний інформаційний контент і медійні продукти для різних цільових аудиторій з урахуванням їх соціально-психологічних особливостей, а також відповідно до стратегій формування іміджу й бренду.

#### 5. Критерії оцінювання результатів навчання

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом вивчення навчальної дисципліни.

Мінімальний поріг рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати в мінімальну позитивну оцінку числової (рейтингової) шкали.

Сума балів	Значення ЄКТС	Оцінка	Критерій оцінювання	Рівень компетентності
90 – 100	A	Відмінно	Здобувач демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях.	Високий, що повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в

			Власні пропозиції Здобувача в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін.	робочій програмі дисципліни.
82 – 89	В	Добре	Здобувач демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною.	<b>Достатній</b> , що забезпечує Здобувачу самостійне вирішення основних практичних задач.
74 – 81	С	Добре	Здобувач загалом добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідають робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та використовує для рішення характерних/типових практичних завдань на професійному рівні. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають ускладнення.	<b>Достатній</b> , конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни.
64 – 73	Д	Задовільно	Здобувач засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	<b>Середній</b> , що забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни.
60 – 63	Е	Достатньо	Здобувач засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. володіє основними положеннями на рівні, який визначається як мінімально допустимий. Правила вирішення практичних завдань з використанням основних теоретичних положень пояснюються з труднощами. Виконання практичних завдань значно	<b>Середній</b> , що є мінімально допустимим у всіх складових навчальної дисципліни.

			формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	
<b>35 - 59</b>	<b>FX</b>	<b>Незадовільно</b> з можливістю повторного складання екзамену/заліку	Здобувач може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни Добувач виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних і лабораторних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у здобувача відсутні.	<b>Низький,</b> не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни.
<b>0 - 34</b>	<b>F</b>	<b>Незадовільно</b> з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Здобувач повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Добувач не допущений до здачі екзамену/заліку.	<b>Незадовільний,</b> Добувач не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни.

## 6. Засоби діагностики результатів навчання

Під час вивчення дисципліни «PR-технології» використовуються такі засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

стандартизовані письмові тести для здійснення поточного/проміжного контролю успішності засвоєння студентами навчального матеріалу (здійснюється під час проведення семінарських занять)

модульна контрольна робота у вигляді стандартизованого письмового тестування (здійснюється на останньому семінарському занятті) для здійснення підсумкового контролю успішності засвоєння студентами навчального матеріалу

екзамен, який складається зі стандартизованого письмового тестування, теоретичних і практичних питань, що потребують письмового теоретичного розкриття для підсумкової оцінки успішності засвоєння студентами навчального матеріалу

курсова робота

## 7. Програма навчальної дисципліни

### Змістовий модуль 1. Історія та теорія «Паблік Рилейшнз»

**Тема 1. Вступ до дисципліни «PR-технології. Історія розвитку зв'язків із громадськістю від найдавніших часів до початку XX ст.**

Визначення поняття «зв'язків із громадськістю»: провідні наукові підходи. Суб'єкт та об'єкт PR. Цілі, завдання та зміст зв'язків із громадськістю. Принципи організації Паблік рилейшнз. Основні функції PR. Зв'язок науки Паблік рилейшнз із іншими науками та галузями наукового знання.

Вплив на поведінку людей в Давній Греції та Римі. Місце і роль монументального мистецтва стародавнього світу як перших спроб вплинути на людей. Риторика як техніка впливу на маси стародавніх римлян (Г.-Ю. Цезар, М.-Т. Ціцерон). Сенека: «Vox populi – vox dei» (голос народу – голос Божий).

Техніка психологічного впливу на маси в практиці середньовічної католицької церкви. Папа Римський Урбан II (1095 р.) та його прийоми психологічного впливу на віруючих. «Конгрегація пропаганди віри» Папи Римського Григорія XV (1622 р.) як технологія

католицької церкви, спрямована на реалізацію бажання церкви інформувати людей про переваги католицизму.

Зародження основ професійного політичного PR у XVIII – на початку XIX ст. у США.

Український досвід демократичних зв'язків із громадськістю: народні віче (Київська Русь), козацька рада (Запорізька Січ).

**Семінарське заняття 1.**

**Семінарське заняття 2.**

**Тема 2. Становлення Паблік рилейшнз як галузі професійної діяльності та науки.**

Початок становлення професійного PR. Американський журналіст Айві Лі як «батько» PR-технологій та його концепція гуманізації бізнесу. Співпраця Айві Лі з американським мільярдером Джоном Рокфеллером. Теорія «кристалізації громадської думки» Е. Бернайзе.

Формування наукової галузі Паблік рилейшнз в епоху постіндустріального суспільства (середина 1960-их рр.).

Міжнародна координація сфери PR. Міжнародна асоціація паблік рилейшнз (1955 р.), Інститут паблік рилейшнз (1984) у Великобританії.

Кодекси професійної етики PR-менів (Лісабонський та Афінський кодекси, Кодекс професійної поведінки Міжнародної асоціації по зв'язках із громадськістю (IPRA), Римська Хартія).

**Семінарське заняття 3.**

**Тема 3. Громадськість і громадська думка у PR-діяльності. Провідні класифікації видів PR.**

Громадськість як об'єкт комунікативного впливу. Основні групи громадськісті за категорією та в залежності від ступеня впливу на підприємство (компанію). Типи конкурентів (основні прямі та основні комунікативні). Поняття рівнів громадськісті. Інтереси різних груп громадськісті. Громадська думка та процес її формування.

Види PR за функціональним призначенням. Цілі та особливості корпоративного PR як Паблік рилейшнз, що спрямований на саму компанію. Маркетинговий PR як інструмент просування товару чи послуги. PR серед персоналу як ідеологічна основа для розвитку компанії.

Види PR за «кольоровою ознакою» (білий, чорний, сірий, кривавий, зелений, хакі-PR). Їхня специфіка та основні цілі. Класифікації PR-технологій за критерієм законності, за критерієм оцінки з точки зору моральних і етичних уявлень тощо.

**Семінарське заняття 4.**

**Семінарське заняття 5.**

**Тема 4. Основні напрями, засоби та прийоми PR.**

Провідні напрями PR-діяльності (пропаганда, спонсоринг, формування фірмового стилю). Засоби та прийоми Паблік рилейшнз (зв'язки зі ЗМІ; PR через друковану продукцію; участь у масових заходах; організація власних заходів подієвого характеру; діяльність, спрямована на органи державного управління; PR в Інтернет, фотовиставки, Дні відкритих дверей тощо).

Чотири первинні характеристики ідеального спеціаліста Паблік рилейшнз (за Х. Берсоном): винахідливість, уміння поводитися з людьми, спрямованість на постійний рух уперед, вміння писати і формулювати свої думки в переконливій формі.

**Семінарське заняття 6.**



## **Змістовий модуль 2. Комунікативні канали, стратегії та технології PR. Управління інформацією.**

### **Тема 5. Паблік рилейшнз і механізм взаємодії із Засобами масової інформації (ЗМІ)**

Сутність поняття «масова комунікація», її основні функції. Основні канали комунікації з цільовими аудиторіями у сфері PR: ЗМІ, спеціальні заходи, Інтернет та інші засоби зв'язку, індивідуальні контакти. PR-заходи для ЗМІ. Прес-конференція: її цілі, специфіка організації та забезпечення ефективного проведення. Брифінг і його особливості. Прес-клуб як неформальний захід спілкування з представниками ЗМІ. Прес-тур: сутність, правила організації. Презентація, її види та правила підготовки.

**Семінарське заняття 7.**

**Семінарське заняття 8.**

### **Тема 6. Пакет PR-текстів для преси. Професійний інструментарій PR-текстолога для створення ефективних текстів для ЗМІ**

Основні типи текстових PR-матеріалів для преси та специфіка їх підготовки: нюз або прес-реліз, бекграундер, медіа-кіт або прес-кіт, кейс-історія, біографія керівників, відкритий лист, факт-лист, іменна стаття, оглядова стаття, заява, едветоріал.

Професійний інструментарій PR-текстолога для створення ефективних текстів для ЗМІ (формула читабельності Флеша, фог-індекс).

**Семінарське заняття 9.**

**Семінарське заняття 10.**

**Семінарське заняття 11.**

### **Тема 7. PR-технології у забезпеченні комунікаційних зв'язків поза ЗМІ. PR-технології в Інтернет-просторі.**

Загальна характеристика комунікацій, за які відповідає PR-фахівець. Буклет або корпоративна брошура. Опис продукції чи послуг. Позиційна заявка (position paper). Флаер. Книжка нового співробітника. Корпоративний бюлетень. Корпоративна газета або журнал. Підготовка річного звіту. Корпоративна веб-сторінка та її ефективність з точки зору PR. Прес-кімната як спеціальний розділ веб-сайту компанії, призначений для ЗМІ. Завдання та правила створення й організації внутрішнього сайту компанії. Технологія управління впливом Інтернет-блогів на репутацію компанії.

**Семінарське заняття 12.**

### **Тема 8. PR-технології у забезпеченні ефективної комунікації з інвесторами, владними структурами та іншими цільовими групами.**

Правила організації PR-кампанії, спрямованої на потенційних інвесторів. Особливості комунікацій з інвесторами. Внутрішні проблеми зростання компанії. Робота з грантодавчими організаціями. Підготовка заявки на грант. Патронаж, спонсоринг, лобювання, фандрайзинг і благодійність як спеціальні інструменти PR.

**Семінарське заняття 13.**

### **Тема 9. PR і ефективна комунікаційна політика компанії.**

Необхідність єдиної комунікаційної політики для успішної діяльності компанії. Система керування потоком новин у компанії (новинний конвеєр). PR-фахівець і його авторитет у компанії. Піарник як «сполучна ланка» між топ-менеджерами та їхніми інформаційними потоками. Публічні виступи і спічрайтинг. Піарник як фахівець із написання текстів (спічрайтер і копірайтер). Формула аудіосприйняття тексту (ФАТ-індекс Ірвінга Фанга).

**Семінарське заняття 14.**

### **Тема 10. Особиста ефективність PR-фахівця.**

Новітні підходи до організації офісного простору піарника. Ефективна організація документів у комп'ютері PR-фахівця. Найбільш поширені помилки PR-менеджерів. Основні ознаки ефективного піарника.

### Семінарське заняття 15.

## 8. Структура навчальної дисципліни

### а) для денної форми навчання

Назви змістовних модулів і тем	Кількість годин					
	усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с.р.
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
<b>Змістовий модуль 1. Історія та теорія «Паблік Рилейшнз»</b>						
<b>Тема 1.</b> Вступ до дисципліни «PR-технології». Історія розвитку зв'язків із громадськістю від найдавніших часів до початку XX ст.	18	4	4		4	6
<b>Тема 2.</b> Становлення Паблік рилейшнз як галузі професійної діяльності та науки.	14	2	2		4	6
<b>Тема 3.</b> Громадськість і громадська думка у PR-діяльності. Провідні класифікації видів PR.	18	4	4		2	8
<b>Тема 4.</b> Основні напрями, засоби та прийоми PR.	16	2	2		4	8
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>66</b>	<b>12</b>	<b>12</b>		<b>14</b>	<b>28</b>
<b>Змістовий модуль 2. Комунікативні канали, стратегії та технології PR. Управління інформацією.</b>						
<b>Тема 5.</b> Паблік рилейшнз і механізм взаємодії із засобами масової інформації (ЗМІ).	16	4	4		3	5
<b>Тема 6.</b> Пакет PR-текстів для преси. Професійний інструментарій PR-текстолога для створення ефективних текстів для ЗМІ.	20	4	6		4	6
<b>Тема 7.</b> PR-технології у забезпеченні комунікаційних зв'язків поза ЗМІ. PR-технології в Інтернет-просторі.	14	2	2		4	6
<b>Тема 8.</b> PR-технології у забезпеченні ефективної комунікації з інвесторами, владними структурами та іншими цільовими групами.	13	4	2		2	5
<b>Тема 9.</b> PR і ефективна комунікаційна політика компанії.	11	2	2		2	5
<b>Тема 10.</b> Особиста ефективність PR-фахівця.	10	2	2		1	5
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>84</b>	<b>18</b>	<b>18</b>		<b>16</b>	<b>32</b>
<b>Усього годин</b>	<b>150</b>	<b>30</b>	<b>30</b>		<b>30</b>	<b>60</b>

## 9. Перелік питань семінарських занять

№	Назва питань	Кількість годин для денної форми
1,2.	<p align="center"><b>Тема 1. Вступ до дисципліни «PR-технології. Зв'язки із громадськістю в історичному контексті: від давнини до Новітнього часу.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основні наукові підходи до визначення поняття Паблік рилейшнз.</li> <li>2. Цілі та завдання PR. Функції Паблік рилейшнз.</li> <li>3. Сутність та принципи організації ефективних зв'язків із громадськістю.</li> <li>4. Риторика як техніка впливу на маси в античному світі. Техніка впливу на масову свідомість у практиці середньовічної католицької церкви.</li> <li>5. Технології пробудження патріотизму в США під час громадянської війни.</li> <li>6. Український історичний досвід демократичних зв'язків із громадськістю: народні віче (Київська Русь), козацька рада (Запорізька Січ). Українська преса початку ХХ ст. як засіб зв'язків із громадськістю передового політичного українства.</li> </ol>	4
3	<p align="center"><b>Тема 2. Становлення PR як галузі професійної діяльності та наукового знання.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Початок становлення професійного PR у США та країнах Європи.</li> <li>2. Айві Лі як теоретик та практик професійного Паблік рилейшнз.</li> <li>3. Теорія «кристалізації громадської думки» Е. Бернайзе.</li> <li>4. Формування наукової галузі PR в епоху постіндустріального суспільства.</li> <li>5. Міжнародна координація PR- сфери від середини ХХ ст. до сьогодення.</li> <li>6. Кодекси професійної етики PR-менів (Лісабонський та Афінський кодекси, Кодекс професійної поведінки Міжнародної асоціації по зв'язках із громадськістю (IPRA), Римська Хартія)</li> </ol>	2
4,5	<p align="center"><b>Тема 3. Громадськість і громадська думка у PR-діяльності. Провідні класифікації видів PR.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Громадськість як об'єкт комунікативного впливу: поняття, структура. типологія.</li> <li>2. Основні групи громадськості за категорією та в залежності від ступеня впливу на підприємство (компанію).</li> <li>3. Поняття рівнів громадськості. Інтереси різних груп громадськості.</li> <li>4. Громадська думка об'єкти, параметри та функції. Процес формування громадської думки.</li> <li>5. Види PR за функціональним призначенням. Цілі та особливості корпоративного PR як Паблік рилейшнз, що спрямований на саму компанію.</li> <li>6. Маркетинговий PR як інструмент просування товару чи послуги.</li> <li>7. PR серед персоналу як ідеологічна основа для розвитку компанії.</li> <li>8. Види PR за «кольоровою ознакою» (білий, чорний, сірий, кривавий, зелений, хакі-PR): загальна характеристика, специфіка та основні цілі.</li> </ol>	4
6.	<p align="center"><b>Тема 4. Основні напрями, засоби та прийоми PR.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Провідні напрями PR-діяльності: пабліситі, формування позитивного іміджу, перформанс</li> </ol>	2

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Фірмовий стиль як один з провідних напрямів піару. Його складники та правила створення.</li> <li>3. Засоби та прийоми Паблік рилейшнз: загальна характеристика.</li> <li>4. Концепція ідеального спеціаліста Паблік рилейшнз за Харольдом Берсоном.</li> </ol>	
7,8	<p style="text-align: center;"><b>Тема 5. PR і механізм ефективної взаємодії зі ЗМІ.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зміст, цілі та функції масової комунікації.</li> <li>2. Основні канали комунікації з цільовими аудиторіями та професійний інструментарій PR-спеціаліста.</li> <li>3. Цікава новина як головний принцип співпраці піарника зі ЗМІ.</li> <li>4. Види новини для різних типів ЗМІ (ділових, галузевих, масових).</li> <li>5. Спеціальні PR-заходи для ЗМІ. Прес-конференція та брифінг: спільне та відмінне.</li> <li>6. Спеціальні PR-заходи для ЗМІ. Презентація: сутність та прийоми організації.</li> <li>7. Спеціальні PR-заходи для ЗМІ. Прес-клуб та прес-тур. Їхня специфіка та особливості ефективної організації.</li> </ol>	4
9, 10,11	<p style="text-align: center;"><b>Тема 6 Пакет PR-текстів для преси. Професійний інструментарій PR-текстолога для створення ефективних текстів для ЗМІ.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття прес-теки та її типовий набір.</li> <li>2. Прес-реліз як різновид письмовій комунікації у зв'язках із громадськістю, особливості документа та правила його написання.</li> <li>3. Характеристика та особливості інших текстів документів для преси: бекграундер або історія компанії, факт-лист, біографія керівників, відкритий лист, едветоріал.</li> <li>4. Правила написання новин, які опублікують.</li> <li>5. Технологія створення помітного заголовка для пресового тексту.</li> <li>6. Професійний інструментарій PR-текстолога для створення ефективних текстів для ЗМІ (формула читабельності Флеша, фог-індекс).</li> <li>7. Формула читабельності Флеша, фог-індекс. Робота з PR-текстами на предмет визначення їх читабельності за формулою Флеша та індексом туманності Ганнінга.</li> <li>8. Написання зразків прес-релізу, бекграундера, кейс-історії, факт-листа, едветоріалу, відкритого листа.</li> </ol> <p>Студенти готують до заняття по два PR-документи з наведеного переліку (викладач заздалегідь дає завдання кожному) й оприлюднюють їх на практичному занятті. Кожен з текстів аналізується й оцінюється всією аудиторією під час заняття.</p>	6
12	<p style="text-align: center;"><b>Тема 7. Організація PR-фахівцем комунікаційних зв'язків поза ЗМІ. PR-технології в Інтернет-просторі.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Загальна характеристика комунікацій, за які відповідає PR-фахівець.</li> <li>2. Підготовка буклету або корпоративної брошури.</li> <li>3. Позиційна заявка, її види за призначенням (ситуаційна та конституційна position paper).</li> <li>4. Корпоративні видання: бюлетень (newsletter), газета або журнал.</li> <li>5. Корпоративна веб-сторінка та її ефективність з точки зору PR. Прес-кімната як спеціальний розділ веб-сайту компанії, призначений для ЗМІ.</li> </ol>	2

13.	<p><b>Тема 8. PR-технології у забезпеченні ефективної комунікації з інвесторами, владними структурами та іншими цільовими групами.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Правила організації PR-кампанії, спрямованої на потенційних інвесторів. Особливості комунікацій з інвесторами.</li> <li>2. Співпраця з грантоутворюючими організаціями й фондами. Оформлення заявки на грант.</li> <li>3. Патронаж і лобіювання як спеціальні інструменти PR.</li> <li>4. Фандрайзинг, спонсоринг і благодійність як спеціальні інструменти PR.</li> </ol>	2
14.	<p><b>Тема 9. PR і ефективна комунікаційна політика компанії.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Єдина комунікаційна політика як необхідна умова успішної діяльності компанії. Система керування потоком новин у компанії (новинний конвеєр).</li> <li>2. PR-фахівець і його авторитет у компанії. Піарник як «сполучна ланка» між топ-менеджерами та їхніми інформаційними потоками.</li> <li>3. Публічні виступи і спічрайтинг. Піарник як фахівець із написання текстів (спічрайтер і копірайтер).</li> <li>4. Формула аудіосприйняття тексту (ФАТ-індекс Ірвінга Фанга).</li> </ol>	2
15.	<p><b>Тема 10. Особиста ефективність PR-фахівця.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Новітні підходи до організації офісного простору піарника.</li> <li>2. Ефективна організація документів у комп'ютері PR-фахівця.</li> <li>3. Найбільш поширені помилки PR-менеджерів.</li> <li>4. Основні ознаки ефективного піарника.</li> </ol>	2
<b>Усього годин</b>		30

### 10. Перелік питань практичних занять

№	Назва питань	Кількість годин для денної форми
	Практичні заняття не передбачені	

### 11. Теми лабораторних занять

№	Назва питань	Кількість годин для денної форми
	Лабораторні заняття не передбачені	

### 12. Самостійна робота

Метою самостійної роботи студента є: навчитися користуватися бібліотечними фондами і каталогами, працювати з літературними джерелами, складати конспекти, аналізувати матеріал, порівнювати різні наукові концепції та робити висновки.

Види самостійної роботи студента:

- опрацювання лекційного матеріалу;
- підготовка до семінарських занять;
- опрацювання тем курсу, які виносяться на самостійне вивчення, за списками літератури, рекомендованими в робочій навчальній програмі дисципліни;
- підготовка до виконання модульної контрольної роботи (тестування);

- відвідування консультацій (згідно з графіком консультацій кафедри);
- підготовка до складання екзамена за контрольними питаннями.

**Питання  
для самостійного вивчення студентами**

№	Назва питань	Кількість годин для денної форми
1	Визначення поняття PR: термінологічний дискурс	2
2	Кодекси та нормативні документи в PR	2
3	Едвард Бернейс (Edward L. Bernays) – як успішний піарник-практик. Його співпраця з «American Tobacco Company» й «General Motors».	2
4	Американський журналіст Айві Лі як піарщик у корпорації Джона Рокфеллера.	2
5	Громадська думка та новий статус інформаційного простору в кінці XX та на поч. XXI ст.	2
6	Основи масової комунікації. Моделі комунікації	2
7	Правове поле сучасних PR-процесів.	2
8	Аналітика в системі PR-комунікацій	2
9	PR у комплексі HR-менеджменту	2
10	Соціальна корпоративна відповідальність бізнесу	2
11	PR та конкурентна розвідка	2
12	Сутність та особливості державного PR (Government Relations)	2
13	Сутність та особливості наукового PR (Scientific Relations)	3
14	Роль PR у формуванні іміджу компанії	2
15	PR-служба та її підрозділи	2
16	ЗМІ як найбільш відверта система фіксації громадської думки.	2
17	Основи медіа-релейшнз. Новинна комунікація.	2
18	Формування лояльного журналістського пулу	2
19	Медіа-кіт та ньюз-кіт: практика застосування у країнах Заходу	2
20	Часовий та просторовий фактори в PR-тексті	2
21	Сутність та технологія сторення feature story («статті, що викликає інтерес»)	2
22	Репутаційний аудит та менеджмент	2
23	Невербальні комунікації в системі зв'язків з громадськістю	2
24	Особливості методик соціальних паблік релейшнз	2
25	PR-технології в інформаційних війнах наприкінці XX – на початку XXI ст.	2
26	Імідж публічної особи: тенденції та особливості конструювання	2
27	SWOT-аналіз діяльності компанії	2
28	Сутність та особливості антикризового PR	2
29	Планування комунікаційних процесів	2
30	Паблік релейшнз у соціокультурній сфері	2
	<b>Разом</b>	<b>60</b>

### 13. Індивідуальні завдання

Індивідуальна робота полягає у виконанні та захисті студентом курсової роботи на одну із запропонованих тем.

**Індивідуальне завдання** – написання курсової роботи.

Загальний обсяг часу на індивідуальну роботу складає 30 год. Упродовж цього часу здобувач має написати курсову роботу згідно тематики курсових робіт, яка має на меті вдосконалення теоретичних навичок.

Курсова робота – це самостійне, навчально-наукове дослідження здобувача, яке проводиться під керівництвом викладача.

Обсяг курсової роботи – 25-30 аркушів формату А-4 (без урахування списку використаної літератури та джерел). Робота складається із вступу, двох-трьох розділів, які можуть мати підрозділи, загальних висновків, у яких має слід сформулювати результати проведеного дослідження та зазначити питання, які потребують подальшого дослідження, додатків(за потреби).

У вступі необхідно обґрунтувати актуальність обраної теми, чітко окреслити мету та завдання, визначити об'єкт і предмет дослідження, практичне значення, структуру роботи.

Список використаної літератури та джерел слід оформляти за алфавітом, послугуючись ДСТУ 8302:2015.

### **Теми курсових робіт із дисципліни «PR-технології»**

1. Соціальні медіа як засіб просування бібліотек: світовий та вітчизняний досвід.
2. Соціальні медіа як засіб просування державних архівів: світовий та вітчизняний досвід.
3. Виставкова діяльність бібліотек як напрям піар-діяльності.
4. Імідж політика як комунікаційний компонент політичного піару.
5. Управління кризовими й проблемними ситуаціями засобами паблік рилейшнз.
6. Маніпуляція – комунікативна технологія впливу на підсвідомість.
7. Специфіка маніпуляцій на телебаченні.
8. Політичний міф, його використання в політичному PR.
9. Моделі комунікації з точки зору паблік рилейшнз і реклами.
10. Виставкова діяльність державних установ.
11. Імідж політичних лідерів, соціально-психологічні характеристики його формування.
12. Спіндокторинг як сучасна PR-технологія.
13. Внутрішньокорпоративний PR.
14. Корпоративна ідентифікація і фірмовий стиль.
15. Політичний перформанс як складова частина PR-комунікацій.
16. Особливості правового та етичного регулювання сфери зв'язків із громадськістю.
17. Брендинг як ефективний інструмент Паблік рилейшнз.
19. Політичний спічрайтинг як PR-технологія.
20. Спеціальні методи дослідження громадської думки в PR.
21. Інтернет як комунікаційний простір для PR-діяльності.
22. Ефективність впливу продакт-плейсмент у музичних кліпах.
23. Психологічні прийоми впливу піар-текстів.
24. Піар у просуванні бібліотечного закладу (на прикладі обраної бібліотеки)
25. Виставкова діяльність музеїв як засіб їх просування та реалізації PR-діяльності.
26. Репрезентація іміджу політика (або бізнесмена) в медійному просторі.
27. Стратегія розвитку бренду компанії.
28. Сторітелінг як комунікативна технологія рекламування.
29. Соціальні мережі як інструмент просування організації, підприємства чи закладу.
30. Розроблення концепції та просування застосунку для мемів
31. Концепція просування міського локального онлайн-медіа
32. Просування бібліотек за допомогою платформи ТікТок: світовий та вітчизняний досвід.
33. Соціальні мережі як інструмент просування музейного закладу
34. Інстаграм-сторінка бренду як спосіб просування та комунікації з аудиторією
35. Просування благодійних фондів та волонтерських ініціатив в мережі інтернет в умовах російсько-української війни
36. Соціальні мережі як інструмент просування громадської організації
36. Концепція просування інтерактивної карти як елементу вивчення історичних подій у ході російсько-української війни.

#### **14. Методи навчання**

При викладанні дисципліни застосовуються словесні, наочні та практичні методи навчання.

Словесні та наочні методи навчання використовуються під час лекцій, семінарських занять, індивідуальних та групових консультацій, практичні – при проведенні семінарських занять.

Під час проведення лекцій та семінарських занять використовуються такі словесні методи як розповідь і пояснення.

До числа наочних методів, які застосовуються при викладанні дисципліни, належать: ілюстрація, демонстрація.

Під час проведення семінарських занять студентами виконуються вправи творчого характеру.

#### **15. Методи контролю**

Поточний контроль успішності засвоєннями студентами навчального матеріалу може здійснюватися шляхом опитування й оцінювання знань студентів під час семінарських занять, оцінювання виконання студентами самостійної роботи та індивідуальних завдань, проведення і перевірки письмових контрольних робіт, тестування або в ході індивідуальних співбесід зі студентами під час консультацій. Вибір конкретних форм і методів поточного контролю знань студентів залежить від викладача і доводиться до їхнього відома на першому семінарському занятті. Модульний контроль є частиною поточного контролю і має на меті перевірку засвоєння студентом певної сукупності знань та вмінь, що формують відповідний модуль. Він реалізується шляхом проведення спеціальних контрольних заходів (у формі тестування чи написання студентами контрольних робіт), проводиться наприкінці кожного змістового модулю за рахунок аудиторних занять, під час групових консультацій або ж за рахунок часу, відведеного на самостійну роботу студентів. На підставі результатів модульного контролю здійснюється міжсесійний контроль (атестація).

Підсумковий контроль здійснюється у формі семестрового екзамена.



**16. Розподіл балів, які отримують студенти  
Схема нарахування балів з навчальної дисципліни «PR-технології» за видами робіт  
(для денної форми навчання)**

Види робіт/контролю	Перелік тем														
	<p><i>Тема 1</i> Вступ до дисципліни «PR-технології. Історія розвитку зв'язків із громадськістю від найдавніших часів до початку ХХ ст...</p> <p><i>Тема 2.</i> Становлення Паблік рилейнз як галузі професійної діяльності та науки.</p> <p><i>Тема 3</i> Громадськість і громадська думка у PR-діяльності. Провідні класифікації видів PR.</p> <p><i>Тема 4.</i> Основні напрями, засоби та прийоми PR.</p> <p><i>Тема 5.</i> Паблік рилейнз і механізм взаємодії із Засобами масової інформації (ЗМІ)</p> <p><i>Тема 6.</i> Пакет PR-текстів для преси. Професійний інструментарій PR-текстолога для створення ефективних текстів для ЗМІ</p> <p><i>Тема 7.</i> PR-технології у забезпеченні комунікаційних зв'язків поза ЗМІ. PR-технології в Інтернет-просторі</p> <p><i>Тема 8.</i> PR-технології у забезпеченні ефективної комунікації з інвесторами, владними структурами та іншими цільовими групами</p> <p><i>Тема 9.</i> PR і ефективна комунікаційна політика компанії.</p> <p><i>Тема 10.</i> Особиста ефективність PR-фахівця.</p>														
	Семінарське заняття														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Опитування	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Тестування	1		1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	
Виконання практичних завдань	5														
Виконання завдань самостійної роботи	2	2	2	2	2	2	2	2			2	2	2	2	
<b>Всього за темами</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>10</b>			<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	
<b>Екзамен</b>	<b>50</b>														
<b>Всього за результатами вивчення навчальної дисципліни</b>	<b>100</b>														

**Шкала та критерії оцінювання відповіді за результатами опитування**

Бали для денної форми	Критерії оцінювання
1	Питання розкрито повністю, студент демонструє вміння аналізувати, узагальнювати матеріал, критично його осмислювати, що свідчить про відмінне засвоєння матеріалу відповідно до вказаних програмних результатів навчання. Студент вільно володіє науково-понятійним апаратом, добре розуміє сутність комунікаційних процесів у сфері зв'язків з громадськістю.

0,5	Питання загалом розкрито, але у відповіді є окремі прогалини, студент припускається незначних помилок у поданні теоретичного матеріалу, робить висновки та узагальнення загалом правильні, але без глибоко аналітичних умовиводів та повного критичного осмислення матеріалу. Наявні окремі неточності у володінні термінологією.
0	Відсутність відповіді на теоретичне питання або відповідь містить суттєві помилки, не відповідає сутності питання, що не дає можливості оцінити формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти.

#### Оцінювання тестування:

- кожна правильна відповідь оцінюється у фіксовану кількість балів. Для студентів денної форми навчання:  $0,1 \times 10 = 1$ ;
- правильність відповідей перевіряється відповідно до ключа тестів.

#### Шкала та критерії оцінювання виконання практичного завдання

Бали для денної форми	Критерії оцінювання
5	Завдання виконано повністю та з високим ступенем якості. Студент демонструє навички укладати тексти піар-документів, розуміння його особливостей, реквізитів, обов'язкових структурних елементів, специфіки стилістичного викладу, що свідчить про відмінне засвоєння матеріалу відповідно до вказаних програмних результатів навчання
4	Завдання загалом виконано, але укладений студентом текст піар-документу має окремі, не надто суттєві огріхи чи неточності, незначні стилістичні вади, що потребують деякої коректури. Тим не менше студент добре розуміється на специфіці укладеного ним документу, його обов'язкових реквізитах та структурних елементах, призначенні та комунікаційній ролі.
3	Завдання виконано, але укладений студентом текст піар-документу має помітні огріхи чи неточності, стилістичні вади, що потребують коректури. Студент загалом розуміється на специфіці укладеного ним документу, має загальні уявлення про більшість його обов'язкових реквізитів та структурних елементів, але й припускається помилок.
2	Завдання виконано, але має низку недоліків чи огріхів, у тому числі суттєвих, як з погляду стилістики укладеного документу, так і його змісту, структури та оформлення. Текст укладеного піар-документу загалом не надто вдалий. Однак усе ж студент демонструє часткове засвоєння матеріалу і відповідних практичних навичок.
1	Завдання виконано, але має багато недоліків, значних огріхів, як з погляду стилістики укладеного документу, так і його змісту, структури та оформлення. Текст укладеного піар-документу потребує значної коректури. Однак усе ж студент демонструє мінімально достатнє засвоєння матеріалу і відповідних практичних навичок.
0	Відсутність виконання завдання або незадовільне його виконання, коли студент припускається грубих помилок щодо призначення піар-документу, його реквізитів чи обов'язкових структурних елементів, не розуміється на його комунікативному призначенні та ролі, плутає різні види піар-документів, що не дає можливості оцінити формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти.

### Шкала та критерії оцінювання виконання завдань самостійної роботи

Бали для денної форми	Критерії оцінювання
2	Виконання завдань самостійної роботи здійснене у повному обсязі, не містить помилок, що дає можливість оцінити формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти на високому рівні.
1	Виконання завдань самостійної роботи здійснене не у повному обсязі, містить несуттєві помилки, що дає можливість оцінити рівень формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти як достатній.
0	Завдання самостійної роботи не виконано та/або результати не відповідають поставленим завданням та/або завдання виконано із суттєвими помилками.

### Шкала та критерії оцінювання знань здобувачів вищої освіти результатами складання екзамену

Вид завдання	Бали	Критерії оцінювання
1. Питання. (15 балів)	12-15	Питання розкрито повністю, відповідь обґрунтована, логічно побудована, що свідчить про високий засвоєння матеріалу відповідно вказаних програмних результатів навчання.
	8-11	Питання розкрито, матеріал викладено у логічній послідовності, відповідь правильна або із незначними неточностями, що свідчить про достатній рівень засвоєння матеріалу відповідно до вказаних програмних результатів навчання.
	4-7	Питання розкрито загалом, відповідь містить несуттєві помилки, що свідчить про середній рівень засвоєння матеріалу відповідно вказаних програмних результатів навчання.
	0-3	Механічне відтворення матеріалу із суттєвими помилками, що не може свідчити про формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти.
2. Тестування	0-25	Кожна правильна відповідь оцінюється у фіксовану кількість балів ( $25 \times 1 = 25$ ), правильність відповідей перевіряється відповідно до ключа тестів.
3. Практичне завдання (10 балів)	9-10	Завдання виконано повністю та правильно, виклад здійснено чітко, відповідь обґрунтована, що свідчить про високий рівень засвоєння матеріалу відповідно до програмних результатів навчання та здатності його застосування під час вирішення практичних завдань.
	7-8	Завдання виконано правильно або із незначними неточностями, виклад здійснено у логічній послідовності, відповідь достатньо обґрунтована, що свідчить про добрий рівень засвоєння матеріалу відповідно до програмних результатів навчання та здатності його застосування під час вирішення практичних завдань.
	4-6	Завдання виконано, однак виклад містить помилки, суттєві неточності, порушена логічність викладу матеріалу, наявні помилки щодо розуміння сутності основних теоретичних та термінологічних понять, пов'язаних з виконуваним практичним завданням, що свідчить про середній рівень засвоєння теоретичного матеріалу відповідно до програмних результатів навчання та здатності його застосування під час вирішення практичних завдань.

	0-3	Відсутнє виконання завдання або виконання зrealізовано з суттєвими помилками, що не може свідчити про належне формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти.
--	-----	--

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

100-бальна рейтингова система оцінювання	Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за національною шкалою для екзамену, диференційованого заліку, курсового проекту (роботи), практики
90 – 100	<b>A</b> – відмінно	<b>5</b> – відмінно
82 – 89	<b>B</b> – дуже добре	<b>4</b> – добре
74 – 81	<b>C</b> – добре	
64 – 73	<b>D</b> – задовільно	<b>3</b> – задовільно
60 – 63	<b>E</b> – достатньо	
35 – 59	<b>FX</b> – незадовільно з можливістю повторного складання	<b>2</b> – незадовільно

### Шкала і критерії оцінювання результатів виконання та захисту курсових робіт

Виконання		Захист
змістової частини	оформлення	
0-50	0-10	0-40

Захист курсової роботи є *обов'язковим*.

За умови відсутності хоча б однієї частини чи інших складових елементів, передбачених методичними рекомендаціями, курсова робота *до захисту не допускається*.

Змістова частина	
<b>36-50</b>	Робота виконана з дотриманням вимог нормативних документів та Методичних рекомендацій до виконання курсових робіт. Чітко обґрунтований вибір об'єкта, предмета дослідження, актуальність теми, чітко визначена мета та описані методи дослідження. У роботі здійснено глибокий та ґрунтовний аналіз досліджуваної проблеми, використані сучасні вітчизняні та закордонні джерела літератури, наведено результати власного дослідження, проведеного на високому рівні, отримані результати обґрунтовані, поставлені в роботі завдання досягнуті повністю. Робота містить обґрунтовані висновки, які чітко корелюються з поставленими завданнями, надані переконливі рекомендації.
<b>21-35</b>	Робота виконана з дотриманням вимог нормативних документів та Методичних рекомендацій до виконання курсових робіт. Обґрунтований вибір об'єкта, предмета, актуальність теми, визначена мета та описані методи дослідження; поставлені завдання виконані повністю, тема роботи розкрита, аналіз стану проблеми здійснено на середньому рівні, в основному з використанням вітчизняних джерел літератури; наведено результати власного дослідження, які проведено на середньому рівні; отримані результати, зроблені висновки та рекомендації обґрунтовані, але не повною мірою або непереконливо, простежується нечіткість відповідності висновків поставленим завданням та проведеним дослідженням.
<b>6-20</b>	Робота виконана в цілому з дотриманням вимог нормативних документів та Методичних рекомендацій до виконання курсових робіт. Обґрунтування

	вибору об'єкта, предмета, актуальності теми здійснено недостатньо, формально, поставлені завдання в переважній більшості виконані, тему роботи розкрито на достатньому рівні, але спостерігаються недоліки змістового характеру; аналіз стану проблеми проведено поверхнево, з використанням лише вітчизняних джерел літератури, без опрацювання або з незначним опрацюванням сучасних джерел. Мету роботи сформульовано нечітко; наведені результати власного дослідження містять неглибоке обґрунтування або не обґрунтовані; висновки правильні, але не повні або не повною мірою забезпечується їхня відповідність поставленим завданням та/або проведеним дослідженням, рекомендації в переважній більшості непереконливі.
<b>0-5</b>	Робота не відповідає вимогам Методичних рекомендацій до виконання курсових робіт. Тему роботи не розкрито, об'єкт, предмет, методи дослідження не визначені, актуальність теми не аргументована або аргументація є суттєво недостатньою. Розділи в теоретичній частині не пов'язані між собою або порушено логічну послідовність викладення матеріалу, відсутній огляд сучасних джерел літератури, аналіз визначеної проблеми не проведено або виконано із суттєвими помилками, поверхнево; практична частина роботи не містить власних досліджень або вони є неактуальними, не відповідають поставленим у роботі завданням. Висновки та пропозиції не відповідають темі роботи та поставленим завданням чи проведеному дослідженню та/або сучасним вимогам, та/або відсутні, частково відсутні, помилково визначені, не корелюють між собою.
<b>Оформлення</b>	
<b>9-10</b>	Матеріал структурований, цілком відповідає вимогам Методичних рекомендацій до виконання курсових робіт в частині оформлення, викладений чітко, стисло, зрозуміло. Текст, ілюстрації, таблиці виконані з використанням текстових та графічних редакторів. Ілюстративний матеріал повністю та з високою наочністю розкриває та доповнює зміст роботи.
<b>6-8</b>	Матеріал структурований, відповідає вимогам Методичних рекомендацій до виконання курсових робіт в частині оформлення, викладений чітко, стисло, зрозуміло, але текст містить стилістичні помилки та/або незначні невідповідності вимогам. Текст, ілюстрації, таблиці виконано з використанням текстових та графічних редакторів. Ілюстративний матеріал повністю, але з недостатньою наочністю та/або точністю розкриває і доповнює зміст роботи.
<b>3-5</b>	Матеріал структурований, у цілому відповідає вимогам Методичних рекомендацій до виконання курсових робіт в частині оформлення, однак викладений не стисло, не чітко, текст містить граматичні та/або стилістичні помилки. Ілюстративний матеріал не повністю та/або недостатньо наочно розкриває та доповнює зміст роботи.
<b>0-2</b>	Структура та оформлення роботи в цілому не відповідають вимогам Методичних рекомендацій до виконання курсових робіт. Матеріал викладено не чітко, не стисло, текст містить значну кількість граматичних та/або стилістичних помилок. Ілюстративний матеріал не сприяє розкриттю та доповненню змісту роботи.
<b>Захист</b>	
<b>31-40</b>	Здобувач під час захисту демонструє вміння застосовувати глибокі теоретичні знання для практичного вирішення актуальних питань; вільно формулює основні положення роботи та дає правильні, змістовні, розгорнуті, логічно побудовані відповіді на питання; вільно, на високому рівні обґрунтовує

	рішення поставлених у роботі завдань; повністю та глибоко володіє матеріалом. Відповіді можуть містити незначні неточності, які здобувач зумів повністю виправити після того, як на них було акцентовано увагу з боку членів комісії. Високий рівень якості доповіді: доповідь логічна, послідовна, змістовна. Захист супроводжується необхідними наочними матеріалами, які розкривають сутність роботи, здобувач вміло оперує ними.
<b>21-30</b>	Здобувач під час захисту в цілому демонструє вміння застосовувати теоретичні знання для практичного вирішення актуальних питань; вільно формулює основні положення роботи, володіє матеріалом та обґрунтовує рішення поставлених у роботі завдань на середньому рівні. Відповіді на питання повні, логічні, але містять незначні неточності, які здобувач не зумів повністю виправити після того, як на них було акцентовано увагу з боку членів комісії. Рівень якості доповіді середній: доповідь логічна, послідовна, змістовна, з незначними неточностями. Захист супроводжується необхідними наочними матеріалами, які в цілому розкривають сутність роботи, здобувач оперує ними на середньому рівні.
<b>11-20</b>	Здобувач під час захисту володіє змістом роботи та обґрунтовує запропоновані рішення поставлених у роботі завдань на достатньому рівні, доповідь прочитана за текстом. Відповіді на запитання нечіткі, неповні, порушена логічність їх викладення, містять помилки та неточності, які здобувач не зумів виправити після того, як на них було акцентовано увагу з боку членів комісії. Рівень якості доповіді достатній: доповідь у цілому логічна, послідовна, однак не повною мірою розкриває зміст роботи, містить неточності та/або помилки. Захист супроводжується необхідними наочними матеріалами, які недостатньо повно розкривають сутність роботи, здобувач оперує ними невпевнено, але на достатньому рівні.
<b>0-10</b>	Здобувач під час захисту не володіє або частково, на низькому рівні володіє змістом роботи, не демонструє здатність обґрунтувати рішення поставлених у роботі завдань; доповідь прочитана за текстом, викладена нечітко та невпевнено. Відповіді на запитання відсутні, фрагментарні або із суттєвими помилками, які здобувач не зумів виправити після того, як на них було акцентовано увагу з боку членів комісії. Рівень якості доповіді низький: у доповіді порушено логічну послідовність викладення основних положень дослідження, не розкрито зміст роботи, доповідь містить суттєві помилки. Захист супроводжується наочними матеріалами, які не розкривають зміст роботи, здобувач ними не оперує, або необхідні наочні матеріали відсутні.

**Таблиця - Шкала оцінювання результатів підготовки та захисту  
курсвої роботи**

100-бальна рейтингова система оцінювання	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Добре
74-81	C	
64-73	D	Задовільно
60-63	E	
35-59	FX	Незадовільно
0-34	F	

### Правила модульно-рейтингового оцінювання знань

Загальна трудомісткість дисципліни – 100 балів, із них:

– при підсумковому контролі у вигляді екзамену 50 балів відведено на поточний контроль, а 50 балів – на підсумковий (для допуску до екзамену необхідно мати не менше 25 балів поточної успішності).

**1. Поточний контроль.** Бали, отримані впродовж семестру, за видами навчальної діяльності розподіляються наступним чином (розподіл орієнтовний):

- робота на семінарських заняттях (відповіді на семінарах, виконання практичних завдань, захист лабораторних робіт, а в разі їх пропусків з поважної причини – індивідуальні співбесіди на консультаціях за темами відповідних занять) – до 50 балів.

Присутність на лекціях і семінарах не оцінюється в балах. Пропуски занять підлягають обов'язковому відпрацюванню в індивідуальному порядку під час консультацій. Пропущене заняття має бути відпрацьоване впродовж двох наступних тижнів, при тривалій відсутності студента на заняттях з поважної причини встановлюється індивідуальний графік відпрацювання пропусків, але не пізніше початку екзаменаційної сесії.

Студент, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 25 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

**2. Підсумковий контроль** Підсумковим контролем є екзамен. Він здійснюється відповідно до вимог «Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

### 17. Методичне забезпечення

1. Методичні рекомендації для самостійної роботи студентів із вивчення навчальної дисципліни «PR-технології» («Теорія і практика PR-технологій») для підготовки бакалаврів спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», ОПП «Документознавство та інформаційна діяльність» денної та заочної форм навчання / Уклад. І.Г. Передерій, Ж.С. Вертій. – Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2020. – 37 с.
2. Методичні вказівки щодо виконання курсової роботи з дисципліни «PR-технології» для студентів спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми «Інформаційна аналітика та PR-діяльність». Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2024. 27 с.

### 18. Рекомендована література

#### Базова

1. Берещак В. Комунікаційна стратегія в бізнесі. Як досягти максимуму в спілкуванні з аудиторією. К., 2023.
2. PR, маркетинг, реклама – інструменти розвитку бібліотеки / метод. центр бібліотек ЗВО м. Вінниці, Наукова бібліотека ВНМУ ім. М. І. Пирогова ; упоряд. Я. С. Бондарчук, М. І. Мельник ; відп. за вип. Н. М. Кравчук. – Вінниця, 2021. – 42 с.
3. Почепцов Г. Фейк. Технології спотворення реальності. К., 2020., 224 с.
4. Theaker Alison. The Public Relations Handbook. London: Taylor and Francis, 2020, 440 p.
5. Квіт С. Масові комунікації. К., 2018., 352 с.
6. Балабанова Л.В., Савельєва К.В. Паблік рилейшнз: Навч. посібник. – К.: Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 528 с.
7. Королько В.Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 2-е вид. доп. – К.: Видавничий дім “Скарби”, 2001. – 400 с.
8. Передерій І.Г. PR-технології: Конспект лекцій для студентів на пряму підготовки «Документознавство та інформаційна діяльність» денної та заочної форм навчання / Передерій І.Г. – Полтава: ПолтНТУ, 2016. – 108 с.

9. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навчальний посібник. – К.: МАУП, 2001. – 104 с.
10. Bhatia P. Fundamentals of Digital Marketing. 2nd ed. Pearson, 2019. 512 p.
11. Bly R. The Digital Marketing Handbook. Entrepreneur Press, 2018. 330 p.
12. Bren B. Facebook Marketing Step-by-Step: The Guide To Facebook Advertising That Will Teach You How To Sell Anything Through Facebook – Learn How To Develop A Strategy And Grow Your Business. Amazon Digital Services LLC, 2019. 167 p.

#### Допоміжна

1. Безлюда Д.М., Коваль О. А. Гуманітарні технології в політиці та їх вплив на сферу національної безпеки // Стратегічна панорама, 2001, № 3-4.- С. 161-169, [http://www.niisp.gov.ua/vydanna/panorama/2001\\_3-4/inform\\_vidnosyny.pdf](http://www.niisp.gov.ua/vydanna/panorama/2001_3-4/inform_vidnosyny.pdf)
2. Гранчак Т., Скітер Т. Інтернет-маркетинг у діяльності бібліотек України. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2019. Випуск 4. С. 36-55. URL: <http://librinfosciences.knukim.edu.ua/article/view/187817/187941>
3. Булахова Г. Рекламна стратегія просування продуктів і послуг бібліотек у соціальній мережі Facebook. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2016. Вип. 43. С. 331–345.
4. Булахова Г. Фотоімідж бібліотеки в інтерактивному просторі. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2017. Вип. 46. С. 313–328.
5. Гранчак Т. Ю. Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг. *Біблотечний вісник*. 2016. № 1. С. 18–29.
6. Дослідження ефективності використання соціальних мереж у науково-технічній бібліотеці в умовах інформаційного суспільства / підгот. Ю. В. Кобітович. Івано-Франківськ: НТБ ІФНТУНГ, 2016. 14 с.
7. 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.
8. 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.
9. Лі Річ. Міфи про PR. Поганого пабліситі не буває та інші поширені хибні уявлення. – К.: вид-во Фабула, 2020.
10. Коваль Т. Маркетингові дослідження – головний чинник оптимізації бібліотечно-інформаційного обслуговування. *Вісник Львівського університету. Серія: Книгознавство, бібліотекознавство та інформаційні технології*. 2012. Вип. 7. С. 182–188.
11. Коновал Л. В. Методи дослідження користувачів бібліотеки та їх інформаційних потреб. Міжнародна наукова конференція «Адаптація завдань і функцій наукової бібліотеки до вимог розвитку цифрових інформаційних ресурсів». 2013. URL: <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/177>.
12. Кучковський В. В., Висоцька В. А., Нитребич С.З., Оливко Р. М. Застосування методів інтернет-маркетингу для аналізу web-ресурсів в межах регіону. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Інформаційні системи та мережі. 2015. № 832. С. 129–164.
13. Почепцов, Г. Г. Паблік рилейшнз : навчальний посібник / Г. Г. Почепцов. – 2-ге изд., випр. і допов. – К. : Знання, 2004. – 373 с.
14. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: Методичний посібник/ За ред. В. Г. Королька. — К., 2003 — 216 с.
15. Кіндій, М. В. Проблема масштабування та персоналізації PR-заходів підприємства *Вісник Національного університету "Львівська політехніка": збірник наукових праць*. № 863 : Логістика. Львів : Львівська політехніка, 2017. С. 77-81.



16. Передерій І.Г. Корпоративні архіви в системі «паблік рилейшнз»: із досвіду країн Заходу *Структурні зміни у суспільстві та економіці під впливом комунікацій та інформації* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 12 – 13 травня 2016 року) / за ред. М.В. Макарової. – Полтава: ПУЕТ, 2016. – 331 с. – С. 181 – 184.

### 19. Інформаційні ресурси

1. Дистанційний курс «PR-технології». URL: <https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=3049>
2. Пара. Школа цифрових навичок. URL: <https://para.school/blog/marketing/pr-kak-eto-rabotaet>
3. PR-діяльність публічних бібліотек. URL: <https://zounb.zp.ua/resourse/zaporizkyy-kray/zaporizhzhya-bibliotechne/fahova-osvita/pr-diyalnist-publichnih-bibliotek>