



Силабус навчальної дисципліни
«PR-технології»

Спеціальність	029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»
Освітня програма	«Інформаційна аналітика та PR-діяльність»
Освітній рівень	перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	3 курс, 6 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 30 год.
	Семінарські – 30 год.
	Самостійна робота - 60 год.
	Індивідуальна робота – курсова робота – 30 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Кафедра українознавства, культури та документознавства, ауд.214-П, https://nupp.edu.ua/page/kafedra-ukrainoznavstva-kulturi-ta-dokumentoznavstva.html
Викладач (-і)	Передерій Ірина Григоріївна, д.і.н., професор https://nupp.edu.ua/page/profil-vikladacha-irina-perederiy.html
Контактна інформація викладача (-ів)	iryna.perederii@gmail.com 050-6948011
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
Консультації	аудиторія 204-Па відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – 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.	
Результати вивчення навчальної дисципліни 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.	
Передумови вивчення навчальної дисципліни – «Етика і психологія ділового спілкування».	
Індивідуальне завдання	Курсова робота



Зміст 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 ХХ ст.

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

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

Тема 4. Основні напрями, засоби та прийоми PR.

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

Тема 5. Паблік рилейшнз і механізм взаємодії із засобами масової інформації (ЗМІ).

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

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

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

Тема 9. PR і ефективна комунікаційна політика компанії.

Тема 10. Особиста ефективність PR-фахівця.

**Сторінка курсу на
платформі Moodle**

<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=3049>

Рекомендовані джерела

1. Берещак В. Комунікаційна стратегія в бізнесі. Як досягти максимуму в спілкуванні з аудиторією. Київ : Yakaboo Publishing, 2023. 200 с.

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. Київ : Вид-во Києво-Могилянська академія, 2020., 224 с.

4. Theaker Alison. The Public Relations Handbook. London: Taylor and Francis, 2020, 440 p.

5. Квіт С. Масові комунікації. Київ: Вид-во Києво-Могилянська академія, 2018., 352 с.

6. Балабанова Л.В., Савельєва К.В. Паблік рилейшнз: Навч. посібник. – К.: Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 528 с.

7. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [Навчальний посібник] / О.В.Курбан. – К.: Кондор-Видавництво, 2014. – 246 с.

8. Передерій І.Г. PR-технології: Конспект лекцій для студентів напряму підготовки «Документознавство та інформаційна діяльність» денної та заочної форм навчання. Полтава: ПолтНТУ, 2016. 108 с.

9. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навчальний посібник. Київ : 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 V. 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.

13. 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.

14. 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>



15. 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.

16. Булахова Г. Фотоімідж бібліотеки в інтерактивному просторі. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2017. Вип. 46. С. 313–328.

17. Гранчак Т. Ю. Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг. *Біблотечний вісник*. 2016. № 1. С. 18–29.

18. Дослідження ефективності використання соціальних мереж у науково-технічній бібліотеці в умовах інформаційного суспільства / підгот. Ю. В. Кобітович. Івано-Франківськ: НТБ ІФНТУНГ, 2016. 14 с.

19. Лі Річ. Міфи про PR. Поганого публіситі не буває та інші поширені хибні уявлення. – К.: вид-во Фабула, 2020.

20. 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.

Система оцінювання результатів навчання

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 50 балів, за результатами підсумкового контролю 50 балів. Студент, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 25 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Робота на заняттях та виконання завдань	50
Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100
Індивідуальна робота (курсова робота)	100
Максимальна кількість балів для курсової роботи	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкалі оцінювання Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка 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
1 - 34	F	

Політики навчальної дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і семінарських занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до семінарських занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу та нового матеріалу зі списку рекомендованої та додаткової літератури.

Присутність здобувачів вищої освіти на семінарських і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.



Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни
<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=3049>

Силабус затверджено на засіданні кафедри українознавства, культури та документознавства
28 серпня 2024 р. Протокол № 1