



ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА

**ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА**

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення вченої ради університету
30 серпня 2021 року, протокол № 1

Ректор, голова вченої ради університету,
доктор юридичних наук, професор

_____ Олег ОМЕЛЬЧУК

м.п.

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ»
для підготовки на першому (освітньому) рівні
здобувачів вищої освіти освітнього ступеня бакалавра
за спеціальністю 232 Соціальне забезпечення
галузі знань 23 Соціальна робота

м. Хмельницький
2021

РОЗРОБНИК:

доцентка кафедри публічного управління та адміністрування, кандидатка наук з державного управління, доцентка
25 серпня 2021 року

_____ Тетяна ГАМАН

СХВАЛЕНО

Рішення кафедри публічного управління та адміністрування
27 серпня 2021 року, протокол № 1.

Завідувач кафедри, доктор наук з державного управління, кандидат економічних наук, доцент
27 серпня 2021 року

_____ Едуард ЩЕПАНСЬКИЙ

Декан юридичного факультету,
кандидат юридичних наук, доцент
27 серпня 2021 року

_____ Сергій КРУШИНСЬКИЙ

ПОГОДЖЕНО

Рішення методичної ради університету
28 серпня 2021 року, протокол № 1.

Перша проректорка, голова методичної ради університету, кандидатка наук з державного управління, доцентка
28 серпня 2021 року

_____ Ірина КОВТУН

Обліковий обсяг 0,83 ум.др.арк.

ЗМІСТ

	Стор.
1. Опис навчальної дисципліни	– 2
2. Заплановані результати навчання	– 3
3. Програма навчальної дисципліни	– 5
4. Структура вивчення навчальної дисципліни	– 8
4.1. Тематичний план навчальної дисципліни	– 8
4.2. Аудиторні заняття	10
4.3. Самостійна робота студентів	– 10
5. Методи навчання та контролю	– 10
6. Схема нарахування балів	– 11
7. Рекомендована література	– 12
7.1. Основна література	– 12
7.2. Допоміжна література	– 16
8. Інформаційні ресурси в Інтернеті	– 14

1. Опис навчальної дисципліни

1. Шифр і назва галузі знань	– 23	Соціальна робота
2. Код і назва спеціальності	– 232	Соціальне забезпечення
3. Назва спеціалізації	–	спеціалізація не передбачена
4. Назва дисципліни	–	Зв'язки з громадськістю
5. Тип дисципліни	–	вибіркова
6. Код дисципліни	–	ВД 2.1.28
7. Освітній рівень, на якому вивчається дисципліна	–	перший
8. Ступінь вищої освіти, що здобувається	–	бакалавр
9. Курс / рік навчання	–	третій
10. Семестр	–	шостий
11. Обсяг вивчення дисципліни:		
1) загальний обсяг (кредитів ЄКТС / годин)	– 3,5 / 105	
2) денна форма навчання:		
Аудиторні заняття (годин)	– 50	
% від загального обсягу	– 48	
Лекційні заняття (годин)	– 26	
% від обсягу аудиторних годин	– 25	
Семінарські заняття (годин)	– 24	
% від обсягу аудиторних годин	– 23	
Самостійна робота (годин)	– 55	
% від загального обсягу	– 52	
Тижневих годин:		
Аудиторних занять	– 4	
Самостійної роботи	– 10	
12. Форма семестрового контролю	–	залік
13. Місце дисципліни в логічній схемі:		
1) попередні дисципліни	–	ОДЗП 1.1.9. Загальна психологія, ОДЗП 1.1.3. Українська мова (за професійним спрямуванням), ОДПП 1.2.5. Соціальна психологія,

- | | |
|------------------------------|---|
| 2) супутні дисципліни | ВДЗП 2.1.13. Інформаційні технології у сфері соціального забезпечення
– ВДПП 2.2.19. Організація соціально-психологічної роботи в кризових ситуаціях,
ОДПП 1.2.18. Конфліктологія,
ВДПП 2.2.26. Психологія особистості |
| 3) наступні дисципліни | – – |
| 14. Мова вивчення дисципліни | – Українська. |

2. Заплановані результати навчання

Навчальна дисципліна «Зв'язки з громадськістю» забезпечує досягнення результатів навчання, передбачених освітньо-професійною програмою підготовки бакалавра за спеціальністю Соціальне забезпечення.

Після завершення вивчення дисципліни Здобувач повинен продемонструвати такі результати навчання:
1. Знання
<i>(здатність запам'ятовувати або відтворювати факти (терміни, конкретні факти, методи і процедури, основні поняття, правила і принципи, цілісні теорії тощо)</i>
1.1) відтворювати визначення понятійно-термінологічного апарату навчальної дисципліни;
1.2) називати основні закони, що регулюють зв'язки з громадськістю в Україні;
1.3) описувати основні етапи еволюції зв'язків з громадськістю від зародження до сьогодення;
1.4) впорядковувати дослідження громадської думки;
1.5) повторювати правила етичної поведінки працівників у сфері зв'язків з громадськістю;
1.6) характеризувати основні етапи антикризових зв'язків з громадськістю; технології цивілізованого лобювання.
2. Розуміння
<i>(здатність розуміти та інтерпретувати вивчене, уміння пояснити факти, правила, принципи; перетворювати словесний матеріал у, наприклад, математичні вирази; прогнозувати майбутні наслідки на основі отриманих знань)</i>
2.1) пояснювати зміст дефініцій, основних термінів, що розкривають суть зв'язків з громадськістю як соціальної технології;
2.2) класифікувати основні процеси та напрямки зв'язків з громадськістю;
2.3) описувати специфіку організації зв'язків з громадськістю в соціальній роботі;
2.4) обговорювати теоретичні та організаційно-правові засади зв'язків з громадськістю;
2.5) пояснювати значимість зв'язків з громадськістю у формуванні громадської думки, іміджу, репутації інституцій, установ, організацій сфери соціального забезпечення.
3. Застосування знань
<i>(здатність використовувати вивчений матеріал у нових ситуаціях (наприклад, застосувати ідеї та концепції для розв'язання конкретних задач)</i>
3.1) застосовувати отримані знання при підготовці прес-релізів, публічних виступів, комунікативних стратегій, PR-програм, тощо;
3.2) знаходити методи роботи із громадськістю;
3.3) організовувати роботу служби зі зв'язків з громадськістю;
3.4) демонструвати готовність і здатність аргументовано доводити свою позицію, позицію певної кампанії чи установи, організації;
3.5) використовувати отримані знання та навички для налагодження ефективних зв'язків з громадськістю дотримуючись законодавства, норм етики та моралі;
3.6) визначати пріоритетні групи громадськості, формувати цілі і завдання роботи з ними;
3.7) визначати інструменти роботи із цільовими аудиторіями.

4. Аналіз <i>(здатність розбивати інформацію на компоненти, розуміти їх взаємозв'язки та організаційну структуру, бачити помилки й огріхи в логіці міркувань, різницю між фактами і наслідками, оцінювати значимість даних)</i>
4.1) досліджувати особливості напрямків та технологій застосування зв'язків з громадськістю;
4.2) виділяти методи дослідницької роботи, лобіювання; використовувати методи PR в організації іміджевих та соціальних кампаній;
4.3) дискутувати щодо окремих положень ділових культур світу;
4.4) порівнювати міжнародні групи громадськості;
4.5) визначати специфіку та закономірності функціонування зв'язків з громадськістю в сфері суспільно-правових відносин;
4.6) визначати технології формування позитивного іміджу.
5. Синтез <i>(здатність поєднувати частини разом, щоб одержати ціле з новою системною властивістю)</i>
5.1) аргументувати вплив паблік рілешнз на формування потрібної громадської думки;
5.2) формулювати окремі елементи загальної стратегії паблік рілешнз та їх бюджет;
5.3) розробляти відповідні інформаційні матеріали (прес-релізи, статті, інтерв'ю, промови, презентації тощо);
5.4) компілювати матеріал для публічного виступу, розробки інформаційних матеріалів;
5.6) пропонувати власне бачення вирішення окремої проблеми.
6. Оцінювання <i>(здатність оцінювати важливість матеріалу для конкретної цілі)</i>
6.1) оцінювати привабливість розроблених комунікаційних заходів та PR-програм;
6.2) робити висновок щодо необхідності застосування антикризових технологій зв'язків з громадськістю;
6.3) порівнювати особливості зв'язків з громадськістю в різних напрямках соціальної роботи;
6.4) пояснювати основи нормативно-правового регулювання та комунікаційного менеджменту в системі зв'язків з громадськістю;
6.5) узагальнювати права, обов'язки та особливості етики професійної діяльності фахівців у сфері зв'язків з громадськістю;
6.6) проводити оцінку ефективності заходів та окремих складових стратегії зв'язків з громадськістю.
7. Створення (творчість) <i>(здатність до створення нового культурного продукту, творчості в умовах багато вимірності та альтернативності сучасної культури)</i>
7.1) генерувати ідеї щодо проведення PR-кампаній в сфері соціального забезпечення;
7.2) налагоджувати дієві міжособистісні комунікації;
7.3) планувати роботу із засобами масової інформації/комунікації;
7.4) придумувати інтерактивні елементи проведення досліджень громадської думки;
7.5) створювати позитивний корпоративний імідж організації соціального профілю, необхідну інформаційну базу;
7.6) складати плани й розробляти заходи соціальних кампаній в сфері соціального забезпечення.

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Зв'язки з громадськістю (PR (public relations)- паблік рілейшнз): суспільне явище, поняття, сутність як соціальної технології. Предмет, об'єкт, еволюція зв'язків з громадськістю як мистецтва та науки

Зв'язки з громадськістю (PR, паблік рілейшнз) у буденному житті. Визначення зв'язків з громадськістю як науки та управлінської діяльності. Предмет, об'єкт, основні категорії зв'язків з громадськістю. Зв'язки з громадськістю і споріднена з ними діяльність, супутні науки.

Зв'язки з громадськістю як галузь наукового знання і сфера професійної діяльності. Освіта фахівців із зв'язків з громадськістю. Вимоги до особистих якостей фахівця зі зв'язків з громадськістю.

Еволюція зв'язків з громадськістю від зародження до сьогодення. Історія формування PR (ера маніпулювання (початок XIX ст.), ера інформування (початок XX ст.), ера переконання, з кінця XX ст. - початок ери довгострокових відносин) - прес-посередництво, пабліситі, інформування, консультування державних органів. Сворення наукових засад професії паблік рілейшнз.

Тема 2. Загальна характеристика системи зв'язків з громадськістю

Загальна характеристика, сутність і основні елементи системи зв'язків з громадськістю. Функції системи зв'язків з громадськістю (комунікативна; інформаційна; прогностична; посередницька; захисна; функція гармонізації суспільних відносин) та завдання її елементів. Основні процеси PR: взаємовідносини з засобами масової інформації, прес-конференції і презентації, виступи з промовами, просування корпоративного іміджу тощо. Місце PR в стратегічному й оперативному плануванні розвитку установи (організації, фірми). Ознайомлення з алгоритмом процесу розробки програми зв'язків із громадськістю.

Тема 3. Основи інформаційного законодавства України щодо сфери зв'язків з громадськістю

Правові засади регулювання інформаційної діяльності в Україні. Конституція України 1996 року. Нові інформаційні закони. Порівняльний аналіз старого і діючого закону України «Про інформацію». Основні зміни і проблеми законодавства інформаційної сфери. Мета і сфера дії законів України «Про доступ до публічної інформації», «Про захист суспільної моралі». Визначення терміну «інформація», «публічна інформація» у чинному законодавстві. Захист джерел інформації.

Правові норми діяльності засобів масової інформації в Україні щодо сфери зв'язків з громадськістю. ЗУ «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні». Правові норми діяльності аудіовізуальних ЗМІ.

Тема 4. Громадськість у сфері зв'язків з громадськістю. Громадська думка та її дослідження. Комунікація і вплив на громадську думку

Поняття громадськості, типологія груп громадськості. Визначення цільових груп, пріоритетні групи громадськості.

Сутність, характерні риси та ознаки громадської думки. Установка і громадська думка (орієнтація, спільна орієнтація, вплив на установки, мотивування зміни установки). Дослідження громадської думки. Типи досліджень громадської думки. Формалізовані соціологічні дослідження (анкетне опитування, вибірка, анкета, проведення опитування (інтерв'ювання), аналіз). Групові інтерв'ю. Фокус групи. Глибинні інтерв'ю.

Класифікація думок людей: за шаблоном їх розвиненості; за шаблоном відповідності суспільним потребам; за істинністю. Форми думок: індивідуальна, колективна громадська думка. Характерні риси громадської думки. Класифікація об'єктів громадської думки. Параметри громадської думки. Функції громадської думки та їх суть. Властивості громадської думки. Процес формування громадської думки та місце в ньому служби зв'язків

з громадськістю. Форми та канали вираження громадської думки. Моделі формування громадської думки: внутрішній аспект та зовнішній аспект. Основні джерела громадської думки. Маніпулювання та переконання. Правила управління громадською думкою.

Комунікація і вплив на громадську думку. Боротьба за увагу громадськості. Поширення інформації чи комунікація. Процес комунікації та його елементи. Вплив на громадськість, чинники переконання, лідери громадської думки як каталізатори переконання. Формальні й неформальні комунікації у формуванні громадської думки. Чутки як засіб комунікації та специфічна форма існування громадської думки. Порівняльна характеристика чуток та пліток. Ознаки чуток.

Тема 5. Управління процесом зв'язків з громадськістю. Дослідницька робота та методи з'ясування PR-проблеми. Розроблення плану PR-програми та його реалізація

Загальні засади управління PR-процесом – особливості теорії управління процесом зв'язків з громадськістю, складові процесу управління, підходи до процесу управління у сфері зв'язків з громадськістю.

Визначення потреби дослідницької роботи у сфері зв'язків з громадськістю (проблеми у сфері PR та їх природа, формулювання проблеми, організація дослідницької роботи). Методи дослідницької роботи: переваги та недоліки соціологічних досліджень, спеціальні методи (моніторинг ситуації, PR-аудит, комунікаційний аудит, соціальний аудит, ситуаційний аналіз, маркетингові дослідження).

Основні етапи процесу стратегічного планування. Заява про місію. Прогнозування та його методи. Управління за цілями. Дерево цілей в управлінні за цілями. Цілі виходу. Цілі впливу. Розроблення PR-програми та плану. Структура плану PR-кампанії.

Компонент PR-акцій у реалізації плану PR-кампанії. Спеціальні події та акції. Комунікативний компонент реалізації PR-кампанії (секрети ефективності інформаційного повідомлення, бар'єри комунікації, прийоми наближення повідомлення до цільової аудиторії, як зробити повідомлення новиною). Надійність джерела повідомлення. Використання неконтрольованих і контрольованих засобів комунікації. Принципи ефективною комунікації; перелік подій та їх типова комунікаційна підтримка.

Оцінювання ефективності виконання та результатів реалізації PR-програми.

Тема 6. Технології формування позитивного іміджу. Корпоративна культура та зв'язки з громадськістю. Формування корпоративного іміджу організації соціального профілю

Соціально-психологічна природа іміджу. «Анатомія» іміджу – поняття типи, зразки іміджу. Внутрішня громадськість та імідж організації. Реклама інституціонального (корпоративного) іміджу (PR-реклама іміджу, іміджева атрибутика організації). Репутаційний менеджмент (моделі й тактики).

Поняття корпоративної культури та її структура. Взаємовплив корпоративної культури і зв'язків з громадськістю. Корпоративний імідж, складові корпоративного іміджу - фірмовий стиль, інформаційний дизайн, архітектурний дизайн, оформлювальний дизайн, зовнішній вигляд працівників, стиль управління, стиль ділових відносин, поведінки, особиста культура, відносини з державними закладами, фірмами і засобами масової інформації. Значимість особистого іміджу керівника у формуванні корпоративного іміджу. Кількісні та якісні характеристики корпоративного іміджу.

Особливості формування корпоративного іміджу організації соціального профілю.

Тема 7. Етика зв'язків з громадськістю

Світоглядні підходи до питання соціальної ролі та етики зв'язків з громадськістю. Загальні теорії етичних зв'язків з громадськістю. PR та моделі етики поведінки організації. Професійна етика особистої поведінки фахівця зі зв'язків з громадськістю (етика як норма соціальної поведінки, індивідуальна етика). Міжнародні кодекси професійної поведінки та етики зв'язків з громадськістю.

Тема 8. Зв'язки з громадськістю у кризових і конфліктних ситуаціях.

Міжнародні зв'язки з громадськістю

Кризові зв'язки з громадськістю. Типологія криз та інших екстремальних ситуацій. Загальні питання менеджменту кризи. Управління проблемами з метою запобігання кризи (завчасна готовність до кризи, інформування про ризик, докризові PR-зусилля). Управління в умовах кризи. Аналітична робота й комунікації в умовах кризи. Ключова роль співробітників організації в умовах кризи. Стратегія і тактика боротьби з чутками. Організація діяльності після кризи.

Зміст і поняття міжнародних зв'язків з громадськістю. Об'єктивні потреби розвитку міжнародних зв'язків з громадськістю. Національний, регіональний та глобальний рівні ділової культури (культурні відмінності: критерії, зміст та значення для зв'язків з громадськістю). Міжнародні групи громадськості та їх особливості (повага до місцевих звичаїв). Мовні, культурні та інші проблеми. Міжнародна мова жестів.

Типологія ділових культур світу (характеристики ділових культур, ціннісні розходження ділових культур). Презентація інтересів, просування організації за кордоном. Зв'язки з іноземними державними установами. Міжнародні урядові зв'язки з громадськістю. Проблеми міжнародного іміджу України. PR міжнародних організацій. Можливості для роботи в міжнародній сфері.

Тема 9. Технології цивілізованого лобіювання. Використання проблематики соціального забезпечення населення у виборчих кампаніях

Лобізм: сутність, легітимність, практика. Організація лобістської кампанії (підготовка до лобіювання, планування, стратегія, визначення інструментів лобіювання). Ключові тактики лобіювання (безпосереднє лобіювання, опосередковане лобіювання, внутрішнє лобіювання). Прийоми та способи лобіювання. Методи впливу на адресатів лобіювання, висвітлення лобістської кампанії у ЗМІ. Лобіювання органів державної влади та місцевого самоврядування.

Сутність виборчої системи. Виборчі технології та їх складові. Загальні принципи організації комунікацій під час виборів. Пошук аргументів переваг щодо політичних опонентів. Технології розробки ключового послання до виборців. Особливості роботи з соціально незахищеними стейкхолдерами. Феномен політичної реклами: плюси та мінуси. Спеціальні кампанії в ході передвиборчої агітації, що спрямовані на обіцянку соціального захисту. Використання проблематики соціального забезпечення населення у виборчих кампаніях

Тема 10. Майстерність комунікацій: технології міжособистісних комунікацій та зв'язків із засобами масової інформації. Роль Інтернету в роботі PR-служб

Налагодження і підтримка зв'язків з представниками засобів масової комунікації. Робота з інформацією (пакет для преси, прес-релізи, прес-конференції, фотографування в кампанії, тижневі програми для засобів інформації, репортажі з місця подій, радіо-телеінтерв'ю, інтерв'ю для друкованих видань, блогосфера).

Майстерність міжособистісних комунікацій – представлення, предмет виступу, організація, мова виступу, подання промови/доповіді/виступу, влучне завершення. Позамовні навички комунікації. Кінез. Вираз обличчя, візуальний контакт, дотик як засіб спілкування, особистий простір, навколишнє оточення, голос і його якісні характеристики, використання пауз і вміння управляти часом, передавання повідомлення за допомогою сформованого іміджу тощо.

Сфери застосування Інтернет-PR. Переваги й недоліки використання Інтернету. Проблемні питання використання веб-сайтів. Збагачення моделей інформаційних потоків.

Тема 11. Використання PR-технологій в окремих сферах

Зв'язки з громадськістю – передумова успіху в маркетингу і менеджменті. Мета і завдання зв'язків з громадськістю в сучасному маркетингу. Маркетингові комунікації. Вплив

PR на ефективність реалізації концепції маркетингу. Рекомендації служби зв'язків з громадськістю щодо реалізації сучасної концепції маркетингу.

Особливості зв'язків з громадськістю в комерційній діяльності. Забезпечення ефективної комерційної діяльності. Функції служби зв'язків з громадськістю в комерційній діяльності. Проблеми внутрішньопромислових і комерційних комунікацій. Модель комунікації: інформування, інструктування, переконання, кодування, розкодування.

Сутність, структура та функції зв'язків з громадськістю в системі публічного управління. Взаємодія суспільства і влади як механізм оптимізації державного управління. Діяльність служб зі зв'язків з громадськістю, технологія проведення PR-кампаній в публічному управлінні. Зв'язки з громадськістю як механізм створення «доброго імені», «ділової репутації» та авторитету органів публічної влади. Основні складові елементи формування позитивного іміджу владних інституцій.

Підсумовуємо напрямки зв'язків з громадськістю – репутаційний, комерційний, галузевий, політичний, урядовий, соціальний, науковий, антикризовий, медіарілешнз, PR для шоу-бізнесу та спорту.

Тема 12. Особливості зв'язків з громадськістю у сфері соціального забезпечення

Зв'язки з громадськістю (PR) як сфера професійної діяльності соціального працівника. Основні принципи та форми роботи спеціаліста зі зв'язків з громадськістю у сфері соціальної роботи. Критерії ефективності PR-програми у сфері соціальної роботи. Як використовувати принципи PR для досягнення бажаного результату організаціям соціального профілю.

Комунікативні проблеми та PR-діяльність в організації соціальної роботи. Соціальна реклама. Технології залучення інвестицій для організацій та фондів соціального профілю (Спонсорінг та фандрейзінг).

Комунікативна компетентність працівника соціальної сфери. Поняття емоційного інтелекту.

4. Структура вивчення навчальної дисципліни

4.1. Тематичний план навчальної дисципліни

№ теми	Назва теми	Кількість годин					
		Денна форма навчання					
		Усього	у тому числі				
Лекції	Сем. (прак).		Лабор.	Ін.зав.	СРС		
1.	Зв'язки з громадськістю (ЗГ/PR): поняття, сутність як соціальної технології. Предмет, об'єкт, еволюція ЗГ як мистецтва та науки	8	2	2	-	-	4
2.	Загальна характеристика системи зв'язків з громадськістю	8	2	2	-	-	4
3.	Основи інформаційного законодавства України у сфері зв'язків з громадськістю	8	2	2	-	-	4
4.	Громадськість у сфері зв'язків з громадськістю. Громадська думка та її дослідження. Комунікація і вплив на громадську думку	8	2	2	-	-	4
5.	Управління процесом зв'язків з громадськістю. Дослідницька робота та методи з'ясування PR-проблеми. Розроблення плану PR-програми та його реалізація	8	2	2	-	-	4

6.	Технології формування позитивного іміджу. Корпоративна культура та ЗГ. Формування корпоративного іміджу організації соціального профілю	9	2	2	-	-	5
7.	Етика зв'язків з громадськістю	9	2	2	-	-	5
8.	Зв'язки з громадськістю у кризових і конфліктних ситуаціях. Міжнародні зв'язки з громадськістю	9	2	2	-	-	5
9.	Технології цивілізованого лобіювання. Використання проблематики соціального забезпечення населення у виборчих кампаніях	9	2	2	-	-	5
10.	Майстерність комунікації: технології міжособистісних комунікацій та зв'язків із засобами масової інформації. Роль Інтернету в роботі PR-служб	9	2	2	-	-	5
11.	Використання PR-технологій в окремих сферах діяльності	8	2	2	-	-	4
12.	Особливості зв'язків з громадськістю у сфері соціального забезпечення.	12	4	2	-	-	6
	Усього годин:	105	26	24	-	-	55

4.2. Аудиторні заняття

4.2.1. Аудиторні заняття (лекції, семінарські (практичні, заняття) проводяться згідно з темами та обсягом годин, передбачених тематичним планом.

4.2.2. Плани лекцій з передбачених тематичним планом тем визначаються в підрозділі 1.2 навчально-методичних матеріалів з дисципліни.

4.2.3. Плани семінарських (практичних) занять з передбачених тематичним планом тем, засоби поточного контролю знань та методичні рекомендації для підготовки до занять визначаються в підрозділі 1.3 навчально-методичних матеріалів з дисципліни.

4.3. Самостійна робота студентів

4.3.1. Самостійна робота студентів денної форми навчання включає завдання до кожної теми.

4.3.2. Завдання для самостійної роботи студентів та методичні рекомендації до їх виконання визначаються в підрозділі 1.4 навчально-методичних матеріалів з дисципліни.

4.3.3. Виконання індивідуальних завдань всіма студентами не є обов'язковим і може здійснюватися окремими студентами з власної ініціативи або за пропозицією викладача.

4.3.4. Тематика індивідуальних завдань та методичні рекомендації до їх виконання визначаються в підрозділі 1.5 навчально-методичних матеріалів з дисципліни.

4.3.5. Індивідуальні завдання виконуються в межах часу, визначеного для самостійної роботи студентів, та оцінюються частиною визначених в розділі 6 цієї програми кількості балів, виділених для самостійної роботи.

5. Методи навчання та контролю

Під час лекційних занять застосовуються:

- 1) традиційний усний виклад змісту теми;
- 2) слайдова презентація;
- 3) тренінгові вправи.

На семінарських та практичних заняттях застосовуються:

- дискусійне обговорення проблемних питань;
- вирішення ситуаційних завдань;
- повідомлення про виконання індивідуальних завдань;

- складання окремих видів інформаційних матеріалів;

- тренінгові вправи.

Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни проводиться у формах:

1) усне або письмове (у тому числі тестове) бліц-опитування студентів щодо засвоєння матеріалу попередньої лекції;

2) усне або письмове(у тому числі тестове) опитування на семінарських заняттях;

3) виконання поточних контрольних робіт (у тому числі у формі тестування);

4) захист підготовленого звіту про виконання ІНДЗ;

5) захист підготовленого публічного виступу;

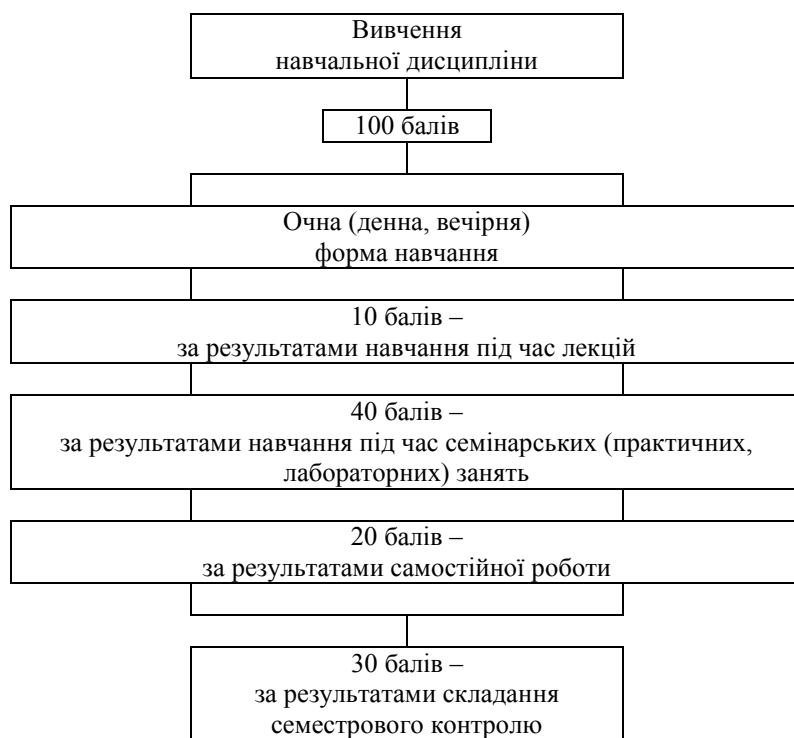
6) тренінгові вправи.

Підсумковий семестровий контроль проводиться у формі усного заліку.

Структура залікового білета складається з трьох теоретичних питань, які розглядалися під час лекційних, семінарських занять і самостійної роботи студентів.

6. Схема нарахування балів

6.1. Нарахування балів студентам з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до такої схеми:



7. Рекомендована література

7.1. Основна література (джерела)

7.1.1. Нормативно-правові акти

1. Конституція України: Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. *Відомості Верховної Ради України*. 1996, № 25-26.
2. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 23 грудня 1993 року № 3792-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>.
3. Про державну таємницю: Закон України від 21.01.1991 р. № 3855-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3855-12>.
4. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13 січня 2011 року № 2939-VI. URL: http://adm.km.ua/doc/doc5_zak.pdf.

5. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 16.11.1992 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ru/2782-12>.
6. Про електронні довірчі послуги: Закон України від 5 жовтня 2017 року № 2155-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#n534>.
7. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22.05.2003 р. № 851-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15>.
8. Про захист інформації в автоматизованих системах: Закон України від 05.07.1994 р. №80/94-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2594-15>.
9. Про захист персональних даних: Закон України від 01.06.2010 р. № 2297-17. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2297-17>.
10. Про захист суспільної моралі: Закон України від 20.11.2003 р. № 1296-IV. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1296-15>.
11. Про звернення громадян: Закон України від 02.10.1996 р. URL: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80>.
12. Про інформаційні агентства: Закон України від 28.02.1995 р. № 74/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/95-%D0%B2%D1%80>.
13. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.
14. Про науково-технічну інформацію: Закон України від 25.06.1993 р. №3322-XII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3322-12>.
15. Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації: Закон України від 23.09.1997 р. № 539/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80>.
16. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>.
17. Про телебачення і радіомовлення: Закон України від 21.12.1993 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12>.
18. Про телекомунікації: Закон України від 18.11.2003р. №1280-IV. URL: <https://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1280-15>.

7.1.2. Монографії, підручники, навчальні посібники

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія. К.: МАУП, 2005. 440 с.
2. Бернейс Е. Пропаганда : монографія. [Пер. с англ. И. Ющенко]. Н-PPublishing, 2010. URL: http://royallib.com/book/berneys_edvard/propaganda.html.
3. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності. Навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2005. 275 с.
4. Блажнов Е. А. Паблік Рілейшнз. Навчальний посібник. М., «ИМА-прес», 2004 р. 152 с.
5. Дрешпак В. М. Комунікації в публічному управлінні : навч. посіб. Д. ДРІДУ НАДУ, 2015. 168 с. URL: <http://biblio.umsf.d.ua/jspui/bitstream.pdf>.
6. Василевська Т. Е. Етика в публічній службі: підручник. Київ: НАДУ, 2018. 256 с.
7. Воронкова В.Г., Беліченко А.Г., Мельник В.В., Ажажа М.А. Етика ділового спілкування: навчальний посібник. Магнолія-2006. 2021. 312 с.
8. Інформаційні технології в державному управлінні та місцевому самоврядуванні : практикум. За заг. ред. В. М. Дрешпака. Д. ДРІДУ НАДУ, 2014. 72 с.
9. Кальна-Дубінюк Т. П., Буряк Р. І. Паблік рилейшнз : навч. посіб. К., 2010. 204 с.
10. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підр. для студентів вищих навчальних закладів. 3-тє вид., доповн. і переробл. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.
11. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз для професіоналов : учебн.пособие. К.: «Рефл-бук», «Ваклер», 2002. 622 с.
12. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навч.посібник. 3-тє вид., випр. і доп. К.: Т-во «Знання», КОО, 2006. 327 с.

13. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации : учебн.пособие. К.: «Рефл-бук». «Ваклер», 2002. 650 с.
14. Шевченко О. В., Яковець А. В. PR: теорія і практика: підручник. К.: Бізнесполіграф, 2011. 464 с.
15. Шевченко О. В. Основи PR-практики (прикладний аспект): посібник. К.: Центр вільної преси, 2017. 157 с.

7.2. Допоміжна література

1. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування : монографія. О. В. Бабкіна, В. В. Басалюков, В. М. Бебик та ін. К. : Симферополь: МАУП, 2003. 240 с. URL: http://maup.com.ua/assets/files/lib/book/po_13.pdf.
2. Дрешпак В.М. Комунікації в публічному управлінні : навч. посіб. Д. ДРІДУ НАДУ, 2015. 168 с. URL: <http://biblio.umsf.d.ua/jspui/bitstream.pdf>.
3. Карнегі Д. Як завойовувати друзів та впливати на людей. Харків: Промінь, 2012. 560 с.
4. Квіт С. Масові комунікації: підручник. К. Вид-дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 206 с.
5. Комунікативна діяльність в державному управлінні: навч. пос. Н. М. Драгомирецька, К. С. Кандагура, А. В. Букач. Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2017. 180 с. URL: http://www.oridu.odessa.ua/9/buk/new_26_02_18-2.pdf.
6. Комунікації в органах державної влади: посібник. Український кризовий медіа-центр. Київ, 2016. 100 с. URL: <https://www.slideshare.net/arynasatovska/ss-72555611>.
7. Мова і міжкультурна комунікація: теорія та практика: колективна монографія. За наук. редакцією Н. Сизоненко. Київ: Ліра-К, 2020. 256 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/8074/1.pdf>.
8. Мудрак Л. Комунікація і криза. Як громадам протистояти викликам і успішно діяти в період кризи: посібник. К., 2020. 109 с. URL: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library>.
9. Основи риторики для бізнес-лідерів: ефективний публічний виступ: навчальний посібник. К.: ДП «НВЦ «Пріоритети», 2016. 40 с. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/30520/1/Sereda_Osnovy_rytoryky_2016.pdf.
10. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика: навч. посіб. К.: Вид-во «Знання», 2006. 665 с.
11. Психологія спілкування: навчальний посібник. Л.Г.Кайдалова, Л.В.Пляка, Н.В.Альохіна, В.С.Шаповалова. 2-ге вид., перероб. і допов. Х.: НФаУ, 2018. 140 с.
12. Свидрук І.І., Миронов Ю.Б. Психологія управління та конфліктологія: підручник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2017. 320 с.
13. Соціальна психологія: навч. посіб. Н.Ю. Волянчук, Г.В. Ложкін, О.В. Винославська, І.О. Блохіна та інш. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/27765/1/Social-psychology.pdf>.
14. Чистіліна Т. О. Етика та естетика: навчальний посібник. ЦУЛ, 2017. 304 с.

8. Інформаційні ресурси в інтернеті

1. <http://www.rada.gov.ua> – Веб-портал Верховної Ради України.
2. <http://www.president.gov.ua> – Веб-портал Адміністрації Президента України.
3. <http://www.kmu.gov.ua> – Веб-портал Кабінету Міністрів України.
4. <https://thedigital.gov.ua/> – Веб-сайт Міністерства цифрової трансформації України.
5. <http://nbuv.gov.ua/> – Веб-сайт Національної бібліотеки України імені В.І.Вернадського.
6. <http://gntb.gov.ua/ua/> – Веб-сайт державної науково-технічної бібліотеки України.
7. <http://www.ounb.km.ua/> – Веб-сайт Хмельницької обласної універсальної наукової бібліотеки.
8. <http://www.adm.km.ua/> – Веб-сайт Хмельницької обласної державної адміністрації.
9. <https://km-oblrada.gov.ua/> – Веб-сайт Хмельницької обласної ради.

10. <http://www.iccopr.com/> - сайт International Communications Consultancy Organisation (ICCO).
11. <http://www.ounb.km.ua/> – Веб-сайт Хмельницької обласної універсальної наукової бібліотеки.
12. <http://elibrary.univer.km.ua/> – Веб-сайт електронної бібліотеки Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова.