



**ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА  
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА  
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА  
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ  
Кафедра публічного управління та адміністрування**

**СИЛАБУС**

**з навчальної дисципліни «Зв'язки з громадськістю»/ «Паблік рілейшнз»**

**Освітньо-професійна програма «Бакалавр»  
Спеціальність 073 Менеджмент  
галузі знань 07 Управління та адміністрування**

<b>Викладач</b>	Лекції, консультації: <i>Гаман Тетяна Василівна, к.держ.упр., доцент.</i> Семінарські заняття, консультації: <i>Гаман Тетяна Василівна, к.держ.упр., доцент</i>
<b>Контактна інформація та науковий профіль викладача</b>	Електронна адреса: <a href="mailto:t_gaman@univer.km.ua">t_gaman@univer.km.ua</a> GoogleScholar: <a href="https://scholar.google.com/citations?user=IcbX6z8AAAAJ">https://scholar.google.com/citations?user=IcbX6z8AAAAJ</a>
<b>Інформаційні ресурси</b>	Код для приєднання в Google клас: - Електронна бібліотека: <a href="http://elibrary.univer.km.ua/index.php">http://elibrary.univer.km.ua/index.php</a>
<b>Консультації</b>	Офлайн консультації: навчальний корпус № 1, к. 206. Гаман Тетяна Василівна: понеділок з 16.00 до 17.20. Онлайн консультації: за попередньою домовленістю електронною поштою у робочі дні з 9.00 до 17.00. Консультації до заліку/екзамену: напередодні екзамену згідно із затвердженим розкладом.

**Опис навчальної дисципліни**

<b>Цілі та особливості навчальної дисципліни</b>	<p><i>Метою курсу «Зв'язки з громадськістю»/ «Паблік рілейшнз» є формування у студентів фахових знань про сутність та природу зв'язків із громадськістю, їхню роль у суспільно-політичному процесі, про закони і правила налагодження комунікаційних контактів між організацією і громадськістю, ознайомлення зі специфікою діяльності фахівця у галузі зв'язків із громадськістю, зі стандартами професії та вимогами до працівників.</i></p> <p><i>Завдання курсу – навчити майбутніх фахівців з публічного управління та адміністрування розуміти суть, цілі, завдання, функції та принципи зв'язків із громадськістю; засвоїти напрямки діяльності PR; знати історію зародження зв'язків із громадськістю; розуміти дефініцію поняття «громадськість», типи груп громадськості, відмінності громадськості та аудиторії; тлумачити поняття «громадська думка», основні ознаки, функції, підходи до її визначення, методи і засоби формування та дослідження громадської думки. Також навчити основам організації спеціальних подій, класифікації PR-заходів, можливості застосування різних інструментів при створенні заходу, алгоритм дій при проведенні різних заходів, створених для</i></p>
--	---

	<p>різних цільових аудиторій; розкрити суть функцій організаційних комунікацій, алгоритм підготовки до публічного виступу. Розкрити сутність понять «вербальне спілкування», «невербальне спілкування», «імідж», різні його види, основні риси успішного суспільного іміджу; поняття «іміджева стратегія»; специфіку діяльності прес-служби в органах державної влади, класифікацію криз, загальні основи антикризового управління, закономірності, умови та фактори, що обумовлюють появу кризових явищ, сучасні методи і підходи управління в кризових умовах, правила, принципи розробки антикризової програми тощо.</p>
<p><b>Програмні компетентності, які здобуваються під час вивчення навчальної дисципліни</b></p>	<p>Курс має на меті сформувати та розвинути такі компетентності студентів:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ціннісно-смислову (досягти високого рівня теоретичної підготовки, що полягає в засвоєнні головних понять, категорій, дій і процесів зв'язків з громадськістю);</li> <li>2) загальнокультурну (розуміння культурних, історичних та регіональних особливостей, що склалися в Україні та за її межами в області застосування та розвитку інструментів зв'язків з громадськістю);</li> <li>3) навчально-пізнавальну (знайомство з методикою та практикою роботи з основними групами громадськості та використанням різних інформаційно-комунікаційних технологій);</li> <li>4) інформаційну (вивчати методи здійснення досліджень та збирання інформації службами зв'язків з громадськістю);</li> <li>5) комунікативну (оволодіння навичками практичної роботи в галузі зв'язків з громадськістю, зокрема, проведення досліджень громадської думки, вивчення документальних джерел, проведення брифінгів, прес-конференцій, підготовка публічного виступу, матеріалів/виступів у пресі та проведення компаній у засобах масової комунікації тощо);</li> <li>6) емоційного інтелекту (самоусвідомлення (знання своїх емоцій), самоорганізація (управління своїми емоціями), соціальне управління (вплив на емоції інших), соціальне усвідомлення (розуміння емоцій інших людей)).</li> </ol>
<p><b>Результати навчання</b></p>	<p>Студенти повинні набути теоретичних, практичних знань та умінь застосовувати їх у діяльності, а саме: розрізняти змістові моделі PR-діяльності (модель маніпуляції, інформування громадськості, модель «двостороння асиметрична комунікація» та «двостороння симетрична комунікація»); пояснювати суспільну роль громадської думки, аналізувати об'єкти громадської думки, висловлювати власний погляд на її зміст, критично оцінювати специфіку її формування у зв'язках із громадськістю, формулювати рекомендації до формування громадської думки у нашій державі; виділяти об'єктивні та суб'єктивні критерії сегментації громадськості; формувати PR-стратегії стосовно різних груп громадськості; аналізувати імідж особистості, організації та макроспільноти, моделі корпоративного іміджу, розробляти концепцію іміджу; володіти технологіями створення ефективного суспільного іміджу; вдало застосовувати вербальні та невербальні засоби комунікації; формулювати зміст і структурувати публічний виступ; володіти навичками підготовки до публічного виступу; навичками організації та проведення різних PR-заходів; володіти навичками ефективної комунікації в кризових ситуаціях. Розуміти вплив системи PR на успішну реалізацію концепції публічного управління й уміти визначати подальші перспективи налагодження дієвих зв'язків із громадськістю.</p>

<b>Місце дисципліни в логічній схемі (Передреквізити і постреквізити навчальної дисципліни)</b>	Курс навчання – 4-й, семестр – 2-й. Тип дисципліни – <i>вибіркова</i> . Дисципліна вивчається паралельно із такими спорідненими навчальними дисциплінами: <i>Маркетингові дослідження, Самоменеджмент, Стратегічне управління, Антикризове управління підприємством</i> . Знання цієї навчальної дисципліни слугуватимуть базою для подальшого вивчення дисциплін: <i>Інвестиційний менеджмент</i> .			
<b>Обсяг навчальної дисципліни</b>	2,5 кредити ЄКТС / 75 годин, у тому числі самостійної роботи – 45 година, лекційних – 12 годин, семінарських – 18 годин.			
<b>Форма навчання</b>	<i>Денна</i>			
<b>Мова викладання</b>	<i>Українська</i>			
<b>Формат вивчення навчальної дисципліни</b>	Лекції, семінарські заняття, виконання самостійної роботи, консультації, залік.			
<b>Необхідне обладнання</b>	Мультимедійний проектор, комп'ютер.			
<b>Зміст навчальної дисципліни та організація поточного та підсумкового контролю</b>	<b>Години (лек. / сем. / СРС)</b>	<b>Тема</b>	<b>Методи навчання та форми поточного контролю</b>	<b>Максимальна кількість балів</b>
	1/2/5	Зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз (PR): суспільне явище, сутність, поняття. Предмет, об'єкт, еволюція ЗГ як мистецтва, науки та управлінської діяльності	Усний виклад, слайдова презентація матеріалу, дискусійні обговорення проблемних питань; бліц-опитування, виконання тестових завдань, вирішення ситуаційних завдань; робота з підручником, довідковою літературою, першоджерелами; пошук інформації та її обробка	Лекція – 1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2
	1/2/5	Загальна характеристика системи ЗГ. Основи інформаційного законодавства України щодо сфери зв'язків з громадськістю	Усний виклад, слайдова презентація матеріалу, дискусійні обговорення проблемних питань; бліц-опитування, виконання тестових завдань, вирішення ситуаційних завдань; робота з підручником, довідковою літературою, першоджерелами; пошук інформації та її обробка	Лекція – 1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2
2/2/4	Громадськість у сфері ЗГ. Громадська думка та її дослідження. Комунікація і вплив на громадську думку	Усний виклад, слайдова презентація матеріалу, дискусійні обговорення проблемних питань; бліц-опитування, виконання тестових завдань, вирішення ситуаційних завдань; робота з підручником, довідковою літературою, першоджерелами; пошук інформації та її обробка	Лекція – 1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2	

	2/2/5	Управління процесом ЗГ. Дослідницька робота та методи з'ясування PR-проблеми. Розроблення плану PR-програми та його реалізація	Усний виклад, слайдова презентація матеріалу, дискусійні обговорення проблемних питань; бліц-опитування, виконання тестових завдань, вирішення ситуаційних завдань; робота з підручником, довідковою літературою, першоджерелами; пошук інформації та її обробка	Лекція – 1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2
	2/2/5	Технології формування позитивного іміджу. Корпоративна культура та ЗГ. Етика палик рілешнз	Усний виклад, слайдова презентація матеріалу, дискусійні обговорення проблемних питань; бліц-опитування, виконання тестових завдань, вирішення ситуаційних завдань; робота з підручником, довідковою літературою, першоджерелами; пошук інформації та її обробка	Лекція – 1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2
	1/2/5	Зв'язки з громадськістю у кризових і конфліктних ситуаціях. Міжнародні палик рілешнз	Усний виклад, слайдова презентація матеріалу, дискусійні обговорення проблемних питань; бліц-опитування, виконання тестових завдань, вирішення ситуаційних завдань; робота з підручником, довідковою літературою, першоджерелами; пошук інформації та її обробка	Лекція – 1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2
	1/2/5	Технології цивілізованого лобювання. Використання методів PR у виборчих кампаніях	Усний виклад, слайдова презентація матеріалу, дискусійні обговорення проблемних питань; бліц-опитування, виконання тестових завдань, вирішення ситуаційних завдань; робота з підручником, довідковою літературою, першоджерелами; пошук інформації та її обробка	Лекція – 1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2
	1/2/5	Майстерність комунікації: технології міжособистісних комунікацій та зв'язків із засобами масової інформації. Роль Інтернету в роботі PR-служб	Усний виклад, слайдова презентація матеріалу, дискусійні обговорення проблемних питань; бліц-опитування, виконання тестових завдань, вирішення ситуаційних завдань; робота з підручником, довідковою літературою, першоджерелами; пошук інформації та її обробка	Лекція – 1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2
	1/2/6	Використання PR-технологій в окремих сферах діяльності	Усний виклад, слайдова презентація матеріалу, дискусійні обговорення проблемних питань; бліц-опитування, виконання тестових завдань, вирішення ситуаційних завдань; робота з підручником, довідковою літературою, першоджерелами; пошук інформації та її обробка	Лекція – 1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2

	<p>Методи навчання та форми поточного контролю, порядок накопичення балів визначені у робочій програмі та навчально-методичних матеріалах навчальної дисципліни «Зв'язки з громадськістю» та в електронній бібліотеці університету (<a href="http://elibrary.univer.km.ua/index.php">http://elibrary.univer.km.ua/index.php</a>).</p> <p>Питання для підсумкового контролю наведені у навчально-методичних матеріалах дисципліни «Зв'язки з громадськістю» в електронній бібліотеці університету (<a href="http://elibrary.univer.km.ua/index.php">http://elibrary.univer.km.ua/index.php</a>).</p> <p>Структура залікового білету включає 3 теоретичних питання.</p>
<b>Рекомендовані джерела для вивчення навчальної дисципліни</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю навчальний посібник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.</li> <li>2. Вилегжаніна Д. А. Теорія і практика паблік рілейшнз: навчальний посібник. Івано-Франківськ: ГФУП «Видавництво «Івано-Франківськ», 2003, 332 с.</li> <li>3. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підр. для студентів вищих навчальних закладів. К. Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.</li> <li>4. Королько В. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю. К., 2003. 216 с.</li> <li>5. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник. Київ : Кондор, 2016. 246 с.</li> <li>6. Мойсеев В.А. Паблік рілейшнз. К.: Академвидав, 2007. 240 с.</li> <li>7. Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 432 с.</li> <li>8. Почепцов, Г. Г. Паблік рілейшнз: навчальний посібник. Київ : Знання, 2004. 376 с.</li> <li>9. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2013. 202 с.</li> <li>10. Ромат Є. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навчальний посібник. Київ, 2016. 284 с.</li> <li>11. Шевченко О. В., Яковець А. В. PR: теорія і практика. Підручник. К.: Бізнесполіграф, 2011. 464 с.</li> </ol>
<b>Політика щодо дедлайнів та здобуття балів за пропущені заняття</b>	<p>Здобуття балів за пропущені лекції та семінарські заняття відбувається у порядку, визначеному Положенням про організацію освітнього процесу у ХУУП, затвердженим рішенням вченої ради від 29.05.2017 р., протокол № 14, введеним в дію наказом від 06.06.2017 р. № 279/17 (<a href="http://www.univer.km.ua/page.php?pid=158">http://www.univer.km.ua/page.php?pid=158</a>).</p>
<b>Критерії оцінювання</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Положення про організацію освітнього процесу у ХУУП, затверджене рішенням вченої ради від 29.05.2017 р., протокол №14, введене в дію наказом від 06.06.2017 р. № 279/17 (<a href="http://www.univer.km.ua/page.php?pid=158">http://www.univer.km.ua/page.php?pid=158</a>).</li> <li>2. Положення про систему рейтингового оцінювання результатів освітньої діяльності здобувачів вищої освіти у Хмельницькому університеті управління та права наказом від 19.02.2019 р. № 74/19 (<a href="http://www.univer.km.ua/page/Polozhennya_ratings.pdf">http://www.univer.km.ua/page/Polozhennya_ratings.pdf</a>).</li> </ol>
<b>Можливість визнання результатів неформальної освіти</b>	<p>Студенту визнаються результати участі у науково-практичних конференціях (опублікування тез, статей) за тематикою, пов'язаною з навчальною дисципліною, у порядку, визначеному Положенням про організацію освітнього процесу.</p>

<b>Політика академічної доброчесності</b>	Розділ «Академічна доброчесність» на сайті Університету <a href="http://univer.km.ua/page.php?pid=188">http://univer.km.ua/page.php?pid=188</a>
<b>Політика врегулювання конфліктів</b>	Етичний кодекс Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова, затверджений рішенням вченої ради університету 27 травня 2020 року, протокол № 9, введений в дію наказом від 27.05.2020 р. № 201/20 ( <a href="http://www.univer.km.ua/">http://www.univer.km.ua/</a> )
<b>Політика щодо інших питань</b>	Відкритості та доступності
<b>Зворотній зв'язок</b>	1. Під час аудиторних занять, консультацій. 2. За допомогою анкетування після завершення вивчення навчальної дисципліни, регулярних анкетувань студентів, що проводяться в університеті.

Затверджено на засіданні кафедри публічного управління та адміністрування  
05 лютого 2020 року, протокол № 6.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ Е.В. Щепанський  
(підпис) (ініціали та прізвище)

Погоджено

Декан факультету управління та економіки \_\_\_\_\_ Т.В. Терещенко  
(назва факультету) (підпис) (ініціали та прізвище)

\_\_\_\_\_ 2020 року

Обліковий обсяг – 0,36 ум.др.арк.