

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені ІВАНА ФРАНКА

Кафедра (циклова комісія) Міжнародних комунікацій та
цифрової дипломатії

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Завідувач кафедри доц. ВОВК Р.В.

“07” вересня 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

освітній рівень бакалавр

галузь знань 29 Міжнародні відносини

(шифр і назва галузі знань)

спеціальність 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»

(шифр і назва спеціальності)

спеціалізація Міжнародна інформація

освітня програма «Міжнародна інформація»

факультет Міжнародних відносин

Робоча програма _____Виборчі технології _____для студентів
(назва навчальної дисципліни)

Спеціальності «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії».

Розробники: доцент, кандидат політичних наук Ігор ІЖНІН

(вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри (циклової комісії) Міжнародних комунікацій та цифрової дипломатії

Протокол від “29” серпня 2022 року № 1

©Іжнін І.І., 2022 рік

© ЛНУ ім. І. Франка, 2022 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 29 Міжнародні відносини (шифр і назва)	Нормативна (за вибором)	
Модулів – 2	Освітній рівень: бакалавр	Рік підготовки	
Змістових модулів – 2		4-й	-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання 1. Написання прес-релізу 2. Розробка плану антикризової комунікації (назва)		Семестр	
Загальна кількість годин – 90	Спеціальність: 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії (шифр і назва)	Лекції	
Тижневих годин для денної форми здобуття освіти : аудиторних – 2,5 самостійної роботи студента – 3 Екзамен		16 год.	год.
		Практичні, семінарські	
		16 год.	год.
		Лабораторні	
		год.	год.
		Самостійна робота	
		58 год.	год.
		Індивідуальні завдання:	
		12 год.	
Вид контролю: (екзамен/залік)			
Екзамен			

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

для денної форми здобуття освіти – 2 : 3

для заочної форми здобуття освіти –

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Курс «Зв'язки з громадськістю» викладається на факультеті міжнародних відносин Львівського національного університету ім. Івана Франка в рамках підготовки студентів за спеціальністю «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» (Спеціалізація «Міжнародна інформація», Освітня програма «Міжнародні інформація»).

Метою даного курсу є ознайомлення студентів з прикладними основними організації та здійснення діяльності в сфері управління відносинами з громадськістю, а саме: науковими підходами до розуміння явища зв'язків з громадськістю, специфікою інформаційно-комунікативного управління суспільними одиницями та суспільними групами, організаційними формами та практиками у сфері зв'язків з громадськістю. В рамках курсу розглядаються питання передумов виникнення та умов здійснення діяльності у сфері зв'язків з громадськістю, форми та види комунікування з громадськістю, принципи організації та контролю у цій сфері діяльності. Студенти повинні засвоїти практичні навички виокремлення та аналізу цільових аудиторій, відбору каналів комунікації з цільовими аудиторіями, написання текстів в цілях зв'язків з громадськістю, формування програм комунікування з цільовими аудиторіями.

Загальні компетентності (ЗК):

- ЗК10.** Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
- ЗК11.** Здатність спілкуватися іноземною мовою.
- ЗК12.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК13.** Здатність бути критичним і самокритичним.
- ЗК14.** Здатність працювати як автономно, так і в команді.
- ЗК15.** Здатність генерувати нові ідеї, виявляти ініціативу та підприємливість.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):

- ФК14.** Здатність здійснювати зв'язки з громадськістю у сфері державного управління, комерційній діяльності та громадському секторі.
- ФК15.** Здатність займатися рекламною діяльністю на національному та міжнародному рівні.

Програмні результати навчання (ПРН):

- ПРН 8.** Збирати, обробляти та аналізувати великі обсяги інформації про стан міжнародних відносин, зовнішньої політики України та інших держав, регіональних систем, міжнародних комунікацій.
- ПРН 9.** Досліджувати проблеми міжнародних відносин, регіонального розвитку, зовнішньої політики, міжнародних комунікацій, із використанням сучасних політичних, економічних і правових теорій та концепцій, наукових методів та міждисциплінарних підходів, презентувати результати досліджень, надавати відповідні рекомендації.
- ПРН 11.** Здійснювати прикладний аналіз міжнародних відносин, зовнішньої політики України та інших держав, міжнародних процесів та міжнародної

ситуації відповідно до поставлених цілей, готувати інформаційні та аналітичні документи.

ПРН 14. Використовувати сучасні цифрові технології, спеціалізовані програмне забезпечення, бази даних та інформаційні системи для розв'язання складних спеціалізованих задач у сфері міжнародних відносин, суспільних комунікацій та/або регіональних студій.

ПРН 16. Розуміти та відстоювати національні інтереси України у міжнародній діяльності.

ПРН 18. Володіти теоретичними відомостями та практичними навичками діяльності у сфері електронної комерції.

ПРН 19. Організовувати та підтримувати зв'язки з громадськістю та міжнародні комунікації.

ПРН 20. Організовувати рекламну діяльність у політичній та соціально-економічній сферах.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Зв'язки з громадськістю як специфічна сфера діяльності.

Тема 1. Зв'язки з громадськістю як специфічна сфера комунікативної діяльності.

Поняття «зв'язки з громадськістю» або «паблік рілейшнз», проблема дефініювання. Основні визначення явища «паблік рілейшнз». «Науковий» та «практичний» підходи до тлумачення зв'язків з громадськістю.

Поняття громадськості та громадської думки. Поняття пабліситі.

Причина виникнення специфічної форми комунікативної активності – паблік рілейшнз. Історичний розвиток цього явища.

Споріднені з паблік рілейшнз дисципліни: спільні та відмінні риси.

Тема 2. Комунікативні основи діяльності в сфері зв'язків з громадськістю.

Поняття «комунікація». Суспільні відносини і суспільна комунікація. Форми суспільної комунікації.

Елементи ефективної комунікації. Комунікативні бар'єри на шляху інформації.

Види комунікацій, значимі у PR-діяльності.

Комунікативні канали, їх значення у реалізації PR-цілей.

Стереотипи, символи та суспільні міфи – роль та значення в організації комунікативного простору.

Комунікативні та когнітивні механізми впливу.

Особливості породження позитивної та негативної інформації.

Принципи непрямой дії у сфері зв'язків з громадськістю.

Елементарні операції у сфері зв'язків з громадськістю (приєднання, дистанціювання, моделювання успіху, зміна ставлення та поведінки).

Тема 3. Цільова аудиторія.

Поняття «цільова аудиторія». Визначення «цільової аудиторії». Типологізація аудиторії. Теорії аудиторії Д. Грюніга, Ф. Зайтеля та Д. Рімена. Види та типи аудиторій.

Критерії сегментації аудиторії (демографічний, статусний, географічний, професійний, членство і т.п.). Значення правильного визначення «своєї» цільової аудиторії у PR-роботі.

Поняття позиціонування. Проблеми при позиціонуванні. Правила успішного позиціонування. Етапи позиціонування.

Змістовий модуль 2. Організація і здійснення PR-діяльності

Тема 4. Організаційні аспекти PR-роботи.

Переваги та недоліки створення власного PR-відділу організації і розміщення PR-замовлень у незалежних PR-агенціях і фірмах.

Важливість представленості PR-відділу у вищому керівництві організації. Функції і відповідальність керівника PR-відділу.

Структура PR-відділу.

Якості, необхідні PR-спеціалісту. Суміжні професії, залучені в процес реалізації PR-діяльності.

Тема 5. Програма PR-кампанії

PR-кампанія, PR-стратегія, PR-програма

Менеджмент процесів. Установка на дослідження проблеми. Формулювання проблеми.

Написання PR-програм (планування, робоча теорія, визначення цільових груп, написання програмних задач).

Етапи реалізації PR-програми:

- визначення і оцінка проблеми, постановка мети і цілей PR-акцій;
- планування і програмування;
- дія і комунікація, вибір і оцінка каналів впливу;
- оцінка реалізованої програми, критерії оцінки.

Засоби масової інформації як ключовий елемент успішної реалізації PR-програми.

Тема 6. Кризові зв'язки з громадськістю

Поняття кризи. Види криз та їх значення з точки зору зв'язків з громадськістю. Ключові помилки кризового PR-менеджменту. Специфіка кризового планування та формування кризових PR-програм.

Тема 7. Корпоративні та внутрішньоорганізаційні зв'язки із громадськістю.

Специфіка та форми здійснення Корпоративних та внутрішньоорганізаційних зв'язки із громадськістю.

громадськістю												
Тема 7. Корпоративні та внутрішньоорганізаційні зв'язки із громадськістю.		2	2									
Тема 8. «Специфічні» сфери функціонування зв'язків з громадськістю: міжнародні відносини, збройні сили, освіта, охорона здоров'я.		2	2									
Разом – зм. модуль 2		10	10									
Усього годин		16	16									
Модуль 2												
ІНДЗ			-	-		-			-	-	-	
Усього годин												

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Історія виникнення комунікативної діяльності у сфері зв'язків з громадськістю	2
2	Тема 2. Інструментарій PR-діяльності	2
3	Тема 3. Діяльність по побудові іміджу в політичній/економічній сфері	2
4	Тема 4. Політичний PR.	2
5	Тема 5. Бізнес-PR	4
6	Тема 6. Кризовий PR Політична реклама	2
7	Тема 7. Міжнародний PR	2

6. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
2		
...		

7. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
2		
...		

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Написання прес-релізів	8
2	Підготовка іміджевої характеристики на особу політичного лідера	8
3	Підготовка іміджевої характеристики на організацію/партію/бізнес-структуру	8
4	Підготовка та написання інформаційного матеріалу з метою просування відомості організації	10
5	Підготовка і написання кризового сценарію дій	12
6	Розробка окремих елементів ПР-програми	12
	Разом	58

9. Індивідуальні завдання

1. Написання прес-релізу на подію
2. Розробка і написання плану антикризової комунікації.

10. Методи навчання

Навчальний процес здійснюється за традиційною технологією: лекції, практичні (семінарські) заняття, самостійна робота.

На лекційних заняттях використовуються: словесні методи (розповідь, бесіда, пояснення, лекція, діалог); наочні та практичні методи (ілюстрація, демонстрація); метод синтезу, аналізу, індукції, дедукції тощо.

На практичних заняттях використовуються: дискусія, проблемно-пошуковий, репродуктивний, інтерактивний методи тощо. Особливу увагу приділено практичним навичкам у сфері виборчої, політичної комунікації.

Результати навчання	Методи навчання і викладання	Методи оцінювання досягнення результатів навчання
Знати основні до тлумачення зв'язків з громадськістю	Лекція, дискусія, обговорення	Тестове опитування
Вміти писати прес-реліз та інші документи в цілях зв'язків з громадськістю	Лекція, обговорення	Індивідуальне оцінювання
Знати структуру і вміти скласти програму ПР-каманії	Лекція, дискусія, обговорення, ілюстрація	Тестове опитування, експертна оцінка
Вміти скласти план антикризової комунікації	Лекція, дискусія, обговорення	Індивідуальне оцінювання
Знати принципи сегментування аудиторії, вміти виявляти	Лекція, дискусія, обговорення	Тестове опитування

характеристики цільової аудиторії, аналізувати комунікативні канали доступу до цільової аудиторії		
---	--	--

11. Методи контролю

1. Проведення поточних тестових опитувань.
2. Оцінювання виконання індивідуальних завдань
2. Підсумковий іспит у формі тестового опитування.

12. Розподіл балів, які отримують студенти

Приклад для заліку

Поточне тестування та самостійна робота							Сума
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2			
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	100

T1, T2 ... T9 – теми змістових модулів.

Приклад для екзамену

Поточне тестування та самостійна робота								Підсумковий іспит	Сума
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2						
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	50	100
10	10	5	5	5	5	5	5		

T1, T2 ... T12 – теми змістових модулів.

Приклад для виконання курсового проекту (роботи)

Пояснювальна записка	Ілюстративна частина	Захист роботи	Сума
до	до	до ____	100

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Оцінка ЄКТС	Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
A	90 – 100	відмінно	зараховано
B	81-89	добре	
C	71-80		
D	61-70	задовільно	
E	51-60		

FX	21-50	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
F	0-20	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

* кількість балів для оцінок «незадовільно» (FX і F) визначається Вченими радами факультетів (педагогічною радою коледжу).

13. Методичне забезпечення

1. Іжнін І.І. Зв'язки з громадськістю. Методичні вказівки та рекомендації. – Львів. ЛНУ ім. І. Франка. – 2006. – 12с.

14. Рекомендована література

Базова

- Королько В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 3-тє вид. доп. і перероб. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. — 831 с. (Співавтор — Некрасова О. В.)
- Почепцов Г.Г. Имиджмейкер. Паблік рилейшнз для политиков и профессионалов. – К.: 1995.
- Почепцов Г.Г. Имидж: от фараонов до президентов. К.: 1997.
- Почепцов Г.Г. Имиджиология: теория и практика. К.: 1998.
- Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз для профессионалов. М.: 1998.
- Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз. К.: Знання.2000.
- Сидорук С. PR: формула доброї репутації//Контракты. – 1999. - №6. - <http://www.kontrakty.com.us/ukr/gc/nomer/1999/6-99/6mark.htm>
- Спиллейн М. Создай свой имидж. Руководство для женщин. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 1996.
- Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю. – К.: 2001.
- Уилкокс Д., Олт Ф., Аги У.К., Кэмерон Э.Т. Самое главное в PR. СПб. «Питер», 2004.
- Уилкокс Д. Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать сл СМИ. М.: ИНФРА-М, 2004.
- Харрис Р. Психология массовой коммуникации. СПб./М. – «Нева»/»ОЛМА-ПРЕСС», 1999.
- Харрисон Ш. Связи с общественностью. М., СПб.: «Нева», 2003.

Допоміжна

1. Королько В. Основи Паблік рилейшнз.- К.: Інститут соціології НАН України, 1997.

2. Климанська Л. Д. Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної кухні. – Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка». – 332 с.

15. Інформаційні ресурси

1. Українська Асоціація зі зв'язків з громадськістю – UAPR - <https://www.facebook.com/uapr.com.ua/>
2. ICCO - International Communications Consultancy Organisation - <https://iccopr.com/>