

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

КОМПЛЕКС НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
з дисципліни «Прес-служба»

рівень вищої освіти	другий (магістерський)
галузь знань	24 «Сфера обслуговування»
спеціальність	242 «Туризм»
освітня програма	"Туризм"
спеціалізація	
вид дисципліни	за вибором
факультет	міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладачка: канд. політ. наук Панасенко Г. С.

2021/ 2022 навчальний рік

1. Навчальний контент:

Тема 1. Джерела інформації як основа і розвиток комунікаційного процесу

Основи роботи з інформаційними джерелами. Необхідні інструменти для виявлення дезінформації та джерел її походження. Характеристики якості інформації. Типи відеосюжетів, особливо актуальних для отримання інформації. Групи, за якими поділяються матеріали в друкованих ЗМІ.

Тема 2. Основні поняття про прес-службу. Законодавче підґрунтя роботи прес-служб

Завдання та принципи роботи прес-служб. Функції прес-служб. 3. “Закон України про інформацію”, „Про інформаційні агентства”. Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади, місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»; Закон України «Про телебачення та радіомовлення»; Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»; Закон України «Про соціальні послуги»; Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» 4. Постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України, що стосуються інформаційної діяльності.

Тема 3. Основні види PR-текстів, що використовуються в роботі прес-служби

Поняття PR-текст. Основні документи в піарівській діяльності. Дві великі групи PR-документів: внутрішні і зовнішні. Види PR-текстів. Функції PR-текстів. Джерела PR-текстів: усні та письмові; первинні (службові документи) і вторинні (публікації в ЗМІ про базисному суб'єкта PR, в процесі моніторингу). Класифікація PR-текстів: за мірою їх "підготовленості" до публікації: базисні, суміжні. За жанрами: а) оперативно-новинні жанри (інформаційно-новинний); б) дослідно-новинні жанри; в) фактологічні жанри; г) дослідницькі жанри; д) образно-новинні жанри.

Тема 4. Робота прес-служб з критичними матеріалами ЗМІ

«Прес-служба» в ранніх державах Сходу та Європи епохи Античності (III тис. рр. до н.е. – III ст. н.е.). Здобутки «Прес-служби» епохи Середньовіччя та Відродження. . Інформаційні війни XX - поч. XXI ст. Аналіз урядом усіх критичних матеріалів у ЗМІ. Аналіз впливу мас-медіа в умовах інформаційної війни. Феміністська критика ЗМІ

Тема 5. Особливі випадки роботи прес-служби

Прес-служба та її функції. Умови забезпечення успішної роботи прес-служби.

Спростування повідомлення. Корегування наданої інформації. Затримка інформації.

Замовчування інформації про подію. Робота прес-служб при надзвичайних ситуаціях.

Робота та функції прес-служб державних органів. Особливості роботи прес-служб державних органів. Робота прес-служб в комерційних структурах.

Робота прес-служб у період виборів. Робота прес-служб в громадських організаціях.

Прес-центри.

Тема 6. Підготовка і розміщення рекламних та PR-матеріалів

Функціонування рекламної та PR-агенції. Підвищення ефективності роботи рекламної та PR. Рекламна формула: механізми практичного застосування. Етика підготовки рекламних матеріалів для ЗМІ. Етика підготовки рекламних пропозицій для рекламодавців. Механізми розміщення рекламних матеріалів в ЗМІ.

Реклама та PR в Інтернеті. Аналіз українського і міжнародного Інтернет-простору. Технології просування діяльності рекламної та PR-агенції каналами Інтернету. Провідні рекламні та PR-ресурси Інтернету. Діяльність громадських організацій в галузі реклами та PR. Діяльність Української асоціації рекламистів, Української асоціації PR щодо популяризації діяльності рекламних та PR-агенцій. Міжнародні та українські фестивалі реклами та PR, роль рекламних та PR агенцій в їх проведенні.

Тема 7. Практика проведення прес-заходів

Змістове наповнення веб-сайту організації. Проведення прес-конференцій, брифінгів. Проведення презентацій, прес-турів, прийомів, коктейлів та прес-клубів. Прес-кліпінг. Основні заходи. Інтерв'ю, прес-тури, телемости.

Тема 8. Особливості роботи прес-служб та інформаційних агентств в Україні

Соціальні інформаційні комунікації і розвиток діяльності сучасних інформаційних центрів. Сучасні інформаційні центри в галузі медіа-аналітики. Досвід обробки, аналізу інформації, що циркулює в соціальних інформаційних комунікаціях і відображає життєдіяльність різних суб'єктів українського суспільства. Виробництво нової багатоаспектної інформації за принципом «інформація на базі інформації». Переосмислення ролі сучасних інформаційних центрів, як важливої складової соціальних інформаційних комунікацій.

Досвід сучасних інформаційних центрів у галузі медіа-аналітики, які здебільшого орієнтовані на комерційні структури. Їх організаційно-технологічні, програмно-технологічні, інформаційно-технологічні, інтелектуальних підходів та методики роботи з масивами джерел інформації, що циркулює в соціальних інформаційних комунікаціях.

Рекомендована література

Основна література

1. Бралатан В.П. Професійна етика / Бралатан В.П. Гуцаленко Л.В. Здирко Н.Г.. Навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2011. 252с.
2. Габро І. Особливості використання засобів та інструментів медіа-дипломатії в зовнішній політиці Великобританії та Німеччини. Міжнародні відносини. 2017. № 15. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3124
3. Инновационный потенциал Украины в международных отношениях. Монография / Авторский коллектив: Рыжков Н.Н., Макаренко Е. А., Пискорская Г. А. и др. К. : Центр свободной прессы, 2014. 284 с.
4. Інформація про діяльність Відділу преси, освіти і культури [Електронний ресурс] / Посольство Сполучених Штатів Америки, Київ, Україна. URL: <http://ukrainian.ukraine.usembassy.gov/>
5. Інформація про діяльність Відділу преси, освіти і культури [Електронний ресурс] / Посольство Сполучених Штатів Америки, Київ, Україна. URL: <http://ukrainian.ukraine.usembassy.gov/>
6. Киссинджер Г. Дипломатия. – М.: АСТ, 2018. – 896 с/

7. Кулеба Д. Публічна дипломатія – нова зброя України в умовах гібридної війни. Європейська правда. URL: <http://www.euointegration.com.ua/experts/2015/09/23/7038633>
8. Мачикова М. Розбудова іміджу силових відомств як інструмент публічної дипломатії. Інформаційна безпека людини, суспільства, держави. 2017. № 1 (21). С. 96–105.
9. Международная информация: термины и комментарии. Учебное пособие / Макаренко Е.А., Рижков Н.Н., Кучмий Е.П., Фролова О.Н. К. : Центр свободной прессы, 2014. 480 с.
10. Николс М. Искусство слушать. Почему мы разучились слышать друг друга? [Текст] / М.Николс; [перс. с англ. А. Чепалова]. М.: Эксмо, 2016. 340 с.
11. Пипченко Н. А. Социальные медиа в структуре внешней политики ведущих международных акторов: Монография / Н. А. Пипченко. К. : Центр свободной прессы, 2014. 334 с.
12. De Callieres F. The Art of Diplomacy. — New York; London, 1993.

Допоміжна література

1. Cull N. The Future Of American Cultural Diplomacy. University of South California. URL: <http://uscpublicdiplomacy.org/>
2. Kiehl W. (ed.). America's Dialogue with the World. Washington. DC: Public Diplomacy Council. 2006. URL: <http://www.nyu.edu/>
3. Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs [Електронний ресурс]. U.S. Department of State. Режим доступу: <http://www.state.gov/>
4. What is Public Diplomacy? The USC Center on Public Diplomacy. URL: <http://uscpublicdiplomacy.org/>

Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. Гжешук В. Міжнародний менеджмент в національному стилі спілкування країн світу / В. Гжешук // Молодь і ринок. 2014. № 5. С. 128-134. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mir_2014_5_30.
2. <http://ain.com.ua> – агентство Internet Новин.
3. <http://maidan.org.ua> – агентство „Майдан”. <http://www.MIGnews.com.ua>.
4. <http://www.bbc.co.uk/ukrainian> – Інформаційне агентство BBC.
5. <http://www.EIvisti.com> – агентство „ЕЛВІСТІ”.
6. <http://www.FotoMIG> – агенство електронної фотоінформації;
7. <http://www.FotoUA> <http://www.ei.com.ua> – інформагенція „Expressinform”.
8. <http://www.ifs.kiev.ua> – інформаційне агентство “Інфосервіс”.
9. <http://www.interfax.com.ua> – інформаційне агентство „Інтерфакс – Україна”.
10. <http://www.itar-tass.com> – інформаційне агентство „ИТАР-ТАСС”.
11. <http://www.kiss.kiev.ua/> – інформагентство К.І.І.С.
12. <http://www.obozrevatel.com.ua/ukr> – інформаційне агенство „Обозреватель”.
13. <http://www.online.com.ua/news> – Украина Онлайн.
14. <http://www.ukrinform.net> – інформаційна агенція “Укрінформ”
15. <http://www.unian.net> – Інформаційне агентство „УНІАН”.
16. <http://www.ura-inform.com> – незалежне інформаційно-аналітичне агенство “Ура”.
17. <http://www.ain.com.ua> – агенство Інтернет-новин.

2. Плани практичних(семінарських) занять, завдання для лабораторних робіт, самостійної роботи:

№ з/п	Назва теми
1	<p>Тема 1. Джерела інформації як основа і розвиток комунікаційного процесу</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Роль джерел інформації у здійсненні комунікації. 2. Дезінформації та джерела її походження. 3. Характеристики якості інформації. 4. Актуальність відеосюжетів для отримання інформації. 5. Групи матеріалів в друкованих ЗМІ. 6. Чим відрізняється первинна інформація від вторинної інформації? 7. Для яких цілей необхідно використовувати первинну, а для яких вторинну інформацію? Складіть таблицю. 8. Які виникають проблеми при виборі та аналізі джерел інформації? 9. Які показники характеризують результати аналітичної роботи? 10. Яке місце в управлінській діяльності займає робота з інформацією?
2	<p>Тема 2. Основні поняття про прес-службу. Законодавче підґрунтя роботи прес-служб</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Завдання та принципи роботи прес-служб. 2. Функції прес-служб. 3. . “Закон України про інформацію”, „Про інформаційні агентства”. 4. Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади, місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»; 5. Закон України «Про телебачення та радіомовлення»; 6. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»; 7. Закон України «Про соціальні послуги»; 8. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» 9. Постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України, що стосуються інформаційної діяльності.
3	<p>Тема 3. Основні види PR-текстів, що використовуються в роботі прес-служби</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Види PR-текстів. 2. Функції PR-текстів.

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Класифікація PR-текстів. 4. Джерела PR-текстів. 5. Які виокремлюються загальні правила публісیتی? 6. Як характеризуються PR-комунікації у глобальному масштабі? 7. Що є базисним у моделі PR? 8. У чому сутність різних моделей PR? 9. Як тлумачаться і розуміються комунікативні проєкти? 10. Як класифікуються комунікативні проєкти? 11. Які існують механізми впровадження комунікативних проєктів? 12. Що таке аутсорсинг в державному управлінні?
4	<p>Тема 4. Робота прес-служб з критичними матеріалами ЗМІ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Загальна функція прес-служб. 2. Види роботи з критичними матеріалами. 3. Структура роботи з критичними матеріалами на практиці (наприклад, Управління зв'язків з громадськістю та ЗМІ Генпрокуратури України). 4. Повноваження керівників зазначених вище структур.
5	<p>Тема 5. Особливі випадки роботи прес-служби</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Умови забезпечення успішної роботи прес-служби. 2. Спростування повідомлення. 3. Корегування наданої інформації. 4. Затримка інформації. 5. Замовчування інформації про подію. 6. Робота прес-служб при надзвичайних ситуаціях. 7. Робота та функції прес-служб державних органів. 8. Особливості роботи прес-служб державних органів. 9. Робота прес-служб в комерційних структурах. 10. Робота прес-служб у період виборів. 11. Робота прес-служб в громадських організаціях. 12. Прес-центри.
6	<p>Тема 6. Підготовка і розміщення рекламних та PR-матеріалів</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Функціонування рекламної та PR-агенції. 2. Підвищення ефективності роботи рекламної та PR. 3. Рекламна формула: механізми практичного застосування. 4. Етика підготовки рекламних матеріалів для ЗМІ.

	<ol style="list-style-type: none"> 5. Механізми розміщення рекламних матеріалів в ЗМІ. 6. Реклама та <i>PR</i> в Інтернеті. 7. Аналіз українського і міжнародного Інтернет-простору. 8. Провідні рекламні та <i>PR</i>- ресурси Інтернету. 9. Міжнародні та українські фестивалі реклами та <i>PR</i>, роль рекламних та <i>PR</i> агенцій в їх проведенні.
7	<p>Тема 7. Практика проведення прес-заходів</p> <p>- ситуативний кейс: «Особливості проведення прес-заходів у різних регіонах та країнах світу (на вибір здобувачів вищої освіти)»</p>
8	<p>Тема 8. Особливості роботи прес-служб та інформаційних агентств в Україні</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Інформаційно-комунікаційні технології. 2. Інформаційний ресурс. 3. Соціальні комунікації. 4. Інтенсивність використання інформації. 5. Підходи щодо забезпечення більш ефективного використання якісної, релевантної і своєчасної інформації. 6. Удосконалення процесу аналітичної обробки матеріалів. 7. Дослідження найактуальніших проблем політичного та соціально-економічного розвитку суспільства. 8. Завдання електронних засобів масової комунікації. 9. Практичний приклад проектів у галузі медіа-аналітики України. 10. Критерії оцінки взаємодії з медіа. 11. Інформаційні масиви інтернет-середовища. 12. Моніторинг змісту інформаційних потоків.

Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи
1.	<p>Тема 1. Джерела інформації як основа і розвиток комунікаційного процесу</p> <ul style="list-style-type: none"> – Історія виникнення та розвитку прес-служб: вітчизняний та закордонний досвід. – Підготувати письмову доповідь/презентацію за однією з тем (на вибір): <p>Інформаційне суспільство: поняття, сутність, основні ознаки; Причини виникнення та розвитку прес-служб у світовому інформаційному просторі; Прес-служби та зв'язки з громадськістю: особливості взаємодії; Прес-служби США: причини виникнення та основні етапи діяльності; Становлення та розвиток європейських прес-служб; Історія виникнення та еволюції прес-служб в Україні; Прес-служби у радянський період.</p>
2.	<p>Тема 2. Основні поняття про прес-службу. Законодавче підґрунтя роботи прес-служб</p> <ul style="list-style-type: none"> – Організаційна модель прес-служб органів державної влади та управління. – Принципи діяльності прес-служби органів державної влади та управління. – Особливості роботи прес-служби у державних органах влади. – Підготуватися до імпровізованої наради. – Укласти перелік питань до віртуального засідання прес-служби облдержадміністрації. – Скласти перелік заходів на тиждень (ви працюєте в районній раді). – підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.
3.	<p>Тема 3. Основні види PR-текстів, що використовуються в роботі прес-служби</p> <ul style="list-style-type: none"> – Н а п р я м и д і я л ь н о с т і прес-служб у структурі PR. – Організаційна модель інформаційної служби. – Принципи діяльності прес-служб (демократичність та транспарентність; законність та відповідальність; надійність та достовірність; оперативність та актуальність). – Функції прес-служб (інформаційно-роз'яснювальна, представницька, комунікативно-регулятивна, реагувальна, упереджувальна). – Форми роботи прес-служб. – Підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.
4.	<p>Тема 4. Робота прес-служб з критичними матеріалами ЗМІ.</p> <ul style="list-style-type: none"> – ЗМІ як об'єкт діяльності прес-служби. – Особливості роботи прес-служби зі ЗМІ (друковані ЗМІ, он-лайн видання, радіо, телебачення). – Прес-конференція. – Правила проведення прес-конференції. – Прес-тур як інформаційний захід для ЗМІ. – Брифінг як коротка й максимально конструктивна зустріч офіційних осіб. – Підготуватися до проведення імпровізованого брифінгу – Укласти план та розробити структуру тематичної прес-конференції – Написати інформаційну статтю до обласної газети щодо діяльності державного органу влади – Створити рекламну публікацію щодо діяльності фірми – Створити рекламний буклет;

	– підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.
5.	<p>Тема 5. Особливі випадки роботи прес-служби</p> <p>Проаналізувати 10 порад («заповідей») для професійних прес-служб:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Завжди будьте на зв'язку (з розвитком інтернету Ви маєте бути доступні для журналістів постійно, хоча б по телефону); • Будьте «в темі» (слідкуйте за діями своїх колег в організації, щоб мати актуальну інформацію у випадку несподіваних дзвінків журналістів); • Хороші стосунки з журналістами та редакторами зроблять Вам хорошу послугу; • Будьте пунктуальні і чесні; • Давайте свободу пресі, але слідкуйте, щоб інформація доходила до читачів; • Моніторте ЗМІ та соцмережі; • Відповідайте на листи та дзвінки (навіть якщо не змогли дістати інформацію, яку просили журналісти — все одно передзвоніть і поясніть це); • Пишіть хороші матеріали самотужки і розсилайте їх усюди; • Робіть хороші прес-релізи; • Робіть фото самотужки і потім розсилайте їх разом з прес-релізом. <p>Скласти прес-анонс, прес-реліз та пост-реліз так, щоб журналісти захотіли їх використати у своїй роботі.</p>
	<p>Тема 6. Підготовка і розміщення рекламних та PR-матеріалів</p> <ul style="list-style-type: none"> - Громадські PR-організації України та їх кодекси. - Українська асоціація зі зв'язків з громадськістю (PR-Ліга). - Структурні особливості іміджевих, службових та корпоративних документів прес-служби. - Інформаційна продукція прес-служб: види, правила оформлення. - PR-тексти: класифікація, структура, жанри.
	<p>Тема 7. Практика проведення прес-заходів</p> <ul style="list-style-type: none"> - дослідити особливості проведення прес-заходів у різних регіонах та країнах світу (на вибір здобувачів вищої освіти)
	<p>Тема 8. Особливості роботи прес-служб та інформаційних агентств в Україні</p> <ul style="list-style-type: none"> – Організаційна модель сучасної інформаційної служби. – Форми роботи прес-служб. – Принципи діяльності прес-служб (демократичність та прозорість, законність та відповідальність, надійність та достовірність, оперативність та актуальність). – Проаналізувати «Закон України про інформацію» (тезовий конспект). – Проаналізувати «Закон України про інформаційні агентства» (тезовий конспект). – Підготувати письмову доповідь (одна тема на вибір студента) за такими темами: «Сучасний розвиток світового комунікаційного простору»; «Демократичність та відкритість діяльності прес-служб»; «Роль урядових прес-служб в Україні». – Створити презентацію «Види структури прес-служб».

3. Питання, задачі, завдання або кейси для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти, для контрольних робіт передбачених навчальним планом:

ЗРАЗКИ ПИТАНЬ ДО ПОТОЧНОГО КОНТРОЛЮ

1. Структура роботи з критичними матеріалами на практиці
 2. «Які виникають проблеми при виборі та аналізі джерел інформації?»
 3. У чому сутність різних моделей PR?
4. Завдання семестрових екзаменів (письмових залікових робіт):

ПЕРЕЛІК ЗАВДАНЬ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ З ДИСЦИПЛІНИ «ПРЕС-СЛУЖБА»

1. Дайте визначення PR.
2. Опишіть історичні умови виникнення PR.
3. Зазначте та охарактеризуйте функції PR.
4. Опишіть структуру відділу зв'язків із громадськістю.
5. Продемонструйте взаємини PR і ЗМК.
6. Опишіть історію створення прес-служб.
7. Опишіть поняття «прес-служба».
8. Продемонструйте структуру типової прес-служби.
9. Зазначте та охарактеризуйте функції прес-служби.
10. Дайте визначення «прес-секретаря». Функції прес-секретаря.
11. Опишіть речництво у діяльності прес-секретаря.
12. Охарактеризуйте інформаційну діяльність прес-служби.
13. Опишіть форми і методи роботи сучасної прес-служби зі ЗМІ.
14. Продемонструйте роботу прес-служби зі ЗМІ (підготовка прес-релізу, проведення прес-конференції, проведення брифінгу).
15. Опишіть управлінську діяльність прес-служби. Менеджмент новин.
16. Охарактеризуйте спіллікар як професію.
17. Зазначте та охарактеризуйте форми організації прес-служби.
18. Які підрозділи створюються при формуванні прес-служби в органах влади?
19. Назвіть основні принципи формування прес-служб в органах влади.
20. Порівняйте структуру прес-служб місцевих органів влади – виконавчих і законодавчих.
21. Порівняйте функції прес-секретаря і журналіста. Вкажіть на схожість і відмінність.
22. Назвіть основні форми роботи з журналістами .
23. Яке значення має менеджмент новин в роботі прес-служби?
24. Як прес-служба забезпечує новинний потік з організації?
25. Чому важливо прес-службі піклуватися про резонанс представленої нею новини?
26. Які способи впливу на ефективність проходження новини ви можете назвати?
27. Що означає поняття «спінлікар»? Яка історія цього явища?
28. Які етапи здійснення «спіну»?
29. Назвіть найбільш поширені прийоми «спіну».
30. Які етичні основи «спінлікарства»?
31. Опишіть інформаційні агентства як суб'єкти інформаційної діяльності.
32. Розкрийте свободу діяльності інформаційного агентства.
33. Опишіть типову структуру інформаційного агентства.
34. Охарактеризуйте продукцію інформаційних агентств та її розповсюдження.
35. Опишіть систему створення і способи доставки новин.
36. Опишіть принципи роботи інформгентства.

