

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра міжнародних відносин, міжнародної інформації та безпеки

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-педагогічної роботи



Антон ПАНТЕЛЕЙМОНОВ

” серпня 2020р.

Робоча програма навчальної дисципліни

PR-технології в міжнародних відносинах

рівень вищої освіти другий (магістерський)

галузь знань 29 «Міжнародні відносини»

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

освітня програма «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»

спеціалізація _____

вид дисципліни за вибором

факультет Міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

2020 / 2021 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

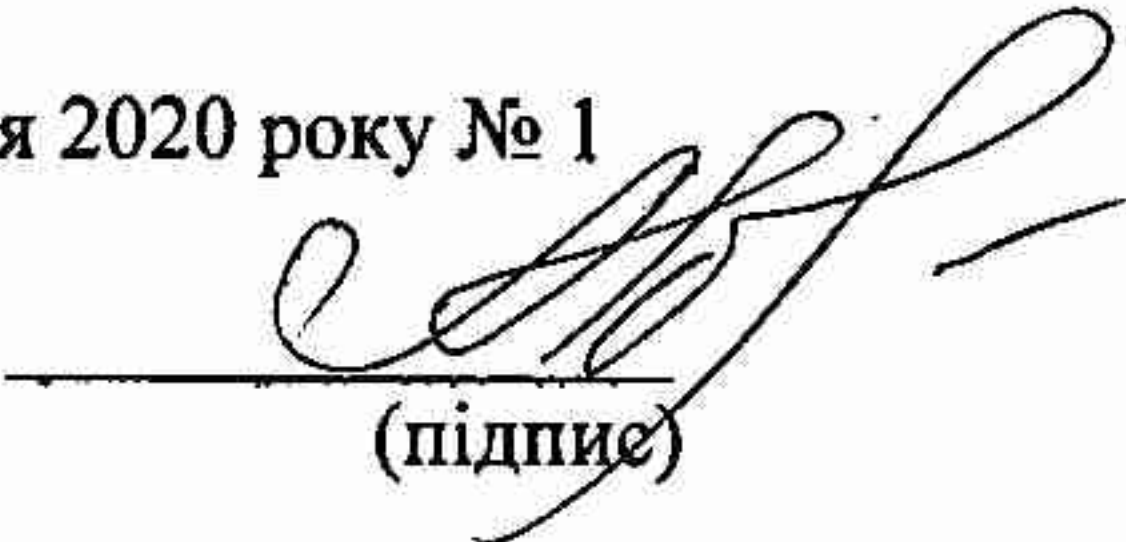
“28” серпня 2020 року, протокол № 1.

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Олександр ХИЖНЯК, доктор соціологічних наук, доцент, професор кафедри міжнародних відносин, міжнародної інформації та безпеки.

Програму схвалено на засіданні кафедри міжнародних відносин, міжнародної інформації та безпеки

Протокол від “26” серпня 2020 року № 1

Завідувачка кафедри

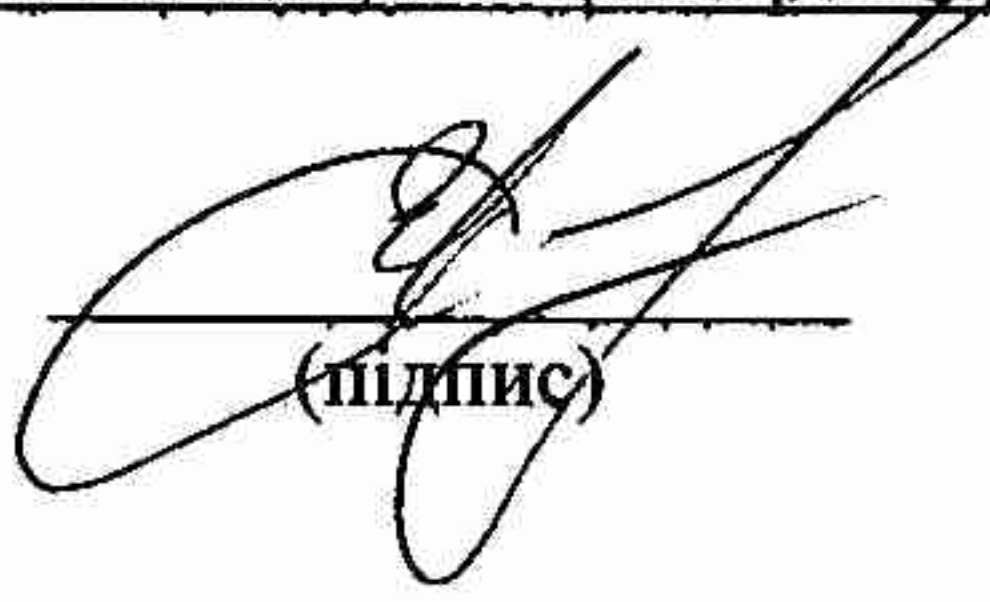

(підпис)

Людмила НОВІКОВА
(ім'я та прізвище)

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми
«Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»
назва освітньої програми

Гарант освітньо-професійної програми

«Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»»

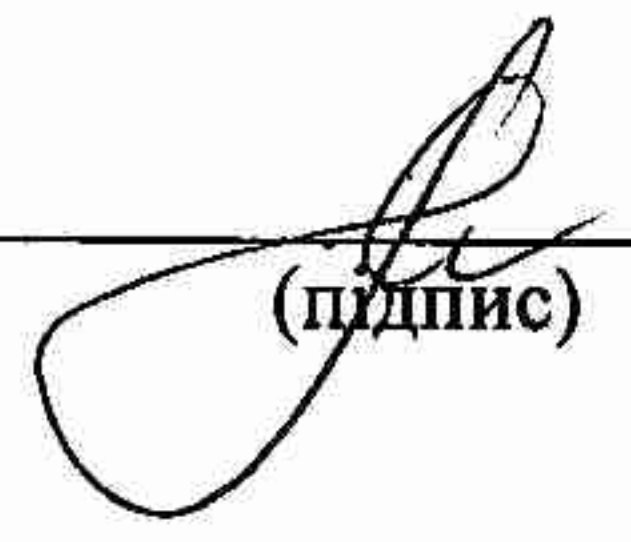

(підпис)

Олена ДОЦЕНКО
(ім'я та прізвище)

Програму погоджено науково-методичною комісією факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Протокол від “28” серпня 2020 року № 1

Голова науково-методичної комісії


(підпис)

Лариса ГРИГОРОВА-БЕРЕНДА
(прізвище та ініціали)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «PR у міжнародних відносинах» складена відповідно до освітньо-наукової програми підготовки за другим (**магістерським**) рівнем освіти спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» ОП «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії».

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є ознайомлення слухачів магістратури з понятійним апаратом, технологіями і сферами практичного застосування PR у міжнародних відносинах.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є:

Набуття загальних компетентностей:

ЗК10.Здатність проводити дослідження на відповідному рівні.

Набуття спеціальних (фахових) компетентностей:

СК1. Поглиблені знання про природу, динаміку, принципи організації міжнародних відносин, типи та види міжнародних акторів, сучасні тенденції розвитку світової політики.

СК3. Здатність аналізувати та прогнозувати міжнародні відносини у різних контекстах, зокрема політичному, безпековому, правовому, суспільному, культурному та інформаційному.

СК4. Здатність виробляти підходи до розв'язання проблем і завдань у сфері міжнародних відносин, міжнародної та національної безпеки, зовнішньої політики, організовувати та здійснювати наукові дослідження проблем міжнародних відносин, визначати наукові проблеми, готувати наукові доповіді, здійснювати їх публічну апробацію.

СК5. Здатність провадити прикладні аналітичні розробки проблем міжнародних відносин та світової політики, фахово готувати аналітичні матеріали та довідки, працювати з дипломатичними та міжнародними документами.

СК7. Розуміння особливостей розвитку країн та регіонів світу, сутності процесів глобалізації, сучасних глобальних та регіональних процесів, включаючи процеси європейської та євроатлантичної інтеграції.

СК10. Розуміння сутності та специфіки зв'язків з громадськістю у міжнародних відносинах.

СК12. Здатність визначати особливості, характер та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними.

СК13. Здатність до опанування професійних знань нового рівня, підвищення рівня своєї фахової кваліфікації.

1.3. Кількість кредитів - 5

1.4. Загальна кількість годин - 150

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
1-й	
Семестр	

2-й	
Лекції	
18 год.	
Практичні, семінарські заняття	
18 год.	
Лабораторні заняття	
Самостійна робота	
114 год.(в тому числі інд. завд.)	
Індивідуальні завдання	
30 год – контрольна робота	

1.6. Заплановані результати навчання.

Матриця відповідності освітнього компонента **ВБ7 «PR у міжнародних відносинах»**, методів навчання та форм оцінювання, які використовуються, програмним результатам навчання, визначеним освітньо-професійною програмою «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії».

Результати навчання	Методи навчання	Форми оцінювання
РН1. Демонструвати фундаментальні знання, набуті у процесі навчання, щодо природи, джерел та напрямів еволюції міжнародних відносин, міжнародної політики, зовнішньої політики держав, стану теоретичних досліджень міжнародних відносин та світової політики	Пояснювально-ілюстративний, пояснювально-рецептивний, репродуктивний, проблемний виклад, евристичний, проблемно-пошуковий, дослідницький, метод оволодіння новими знаннями, методи стимулювання інтересу до навчання, методи контролю та корекції за ефективністю навчально-пізнавальної, а також методи дистанційного навчання та оцінювання на платформах Moodle, Zoom або Google Meet.	Підготовка відповідей за навчальними питаннями теми, усне опитування та навчальна дискусія; виконання тестових завдань; підготовка та захист доповідей, презентацій доповідей (в тому числі за результатами групової роботи), підготовка та захист есе, виконання, презентація та обговорення ситуаційних завдань, аналіз та обговорення кейсів, контрольна робота, письмова залікова робота.
РН3. Демонструвати знання наукових підходів, методологій та методик дослідження проблем міжнародних відносин та зовнішньої політики.	-/-	-/-
РН4. Демонструвати поглиблені знання проблем міжнародної та національної безпеки, міжнародних та інтернаціоналізованих конфліктів, підходів, способів та механізмів забезпечення безпеки у міжнародному	-/-	-/-

просторі та у зовнішній політиці держав.		
РН12. Організовувати та проводити дослідження проблем міжнародних відносин із використанням наукових теорій та концепцій, наукових методів та міждисциплінарних підходів.	-/-	-/-
РН17. Проводити підготовку, розробку та реалізацію проектів прикладних досліджень міжнародних відносин, зовнішньої та світової політики, регіоналістики та міжнародних комунікацій.	-/-	-/-
РН22. Брати участь у фахових дискусіях із проблем міжнародних відносин, зовнішньої політики та міжнародних комунікацій, поважати опонентів і їхню точку зору	-/-	-/-

2. Тематичний план навчальної дисципліни «PR у міжнародних відносинах»

Розділ 1. Основи PR у міжнародних відносинах

Тема 1. Витоки і теорія PR у міжнародних відносинах

Сутність міжнародних PR. Фактори зростання значення і ваги міжнародних PR.

PR в контексті актуальних теорій міжнародних відносин. Комунікативна природа PR. Нова парадигма PR в інформаційному суспільстві. PR в системі інтегрованих комунікаційних технологій. Хронологія і розвиток PR: виникнення терміну PR (США, 1807 р., Томас Джефферсон), політичні PR (початок XIX ст.), регулювання соціально-економічних відносин (30-ті роки XIX ст.), організація роботи з пресою (II половина XIX ст.). Становлення професійних PR (початок XX ст.). Айві Лі, Е. Бернейз. Німецька, французька школи PR. Консолідація PR - товариства (40-60 рр. XX ст.). PR у суспільстві глобальної інформації. Чотири історичні моделі розвитку PR (за Д. Грюнінгом). Паблісіті, інформування громадськості, двостороння асиметрична модель, двостороння симетрична модель. Моделі PR-діяльності.

Основні терміни і поняття, які використовуються в теорії і практиці PR.

Функції PR у міжнародних відносинах. Принципи PR у міжнародних відносинах. Зміст професійної діяльності фахівця з PR у сфері міжнародних відносин (експертно-аналітична робота, комунікативна діяльність, координація горизонтальних дій міжнародних організацій).

Галузі функціонування PR та їхній вплив на міжнародні відносини Політичні PR. PR силових структур і спецслужб. Урядові PR.

Завдання і напрямки PR-діяльності держави і міжнародних організацій у сфері міжнародних відносин.

Тема 2. Програмування PR-діяльності у міжнародних відносинах

PR-програми: сутність, мета, зміст, проблеми реалізації PR-програми у сфері міжнародних відносин. Елементи програмування PR-діяльності: визначення теми програми дій і підготовка звернень; визначення змісту дій і характеру спеціальних подій; визначення ЗМІ; вибір принципів ефективної комунікації.

Визначення аудиторії PR-кампанії в міжнародних відносинах. PR, міжнародна громадськість і громадська думка у міжнародних відносинах. Природа, структура, функції міжнародної громадської думки. Процес формування, функціонування, виразу й урахування громадської думки у міжнародних відносинах. Вплив на громадськість через програми PR (ідентифікація й розуміння громадської думки; визначення цільових груп; урахування законів формування громадської думки). Закони формування громадської думки за Х. Кентрілом. Система опитувань міжнародної громадської думки. Форми представлення інтересів різних груп громадськості, встановлення відносин порозуміння і соціальної справедливості, попередження конфліктів. Типологія груп громадськості за Д. Гендріксом (працівники ЗМІ, громадськість самої організації, місцева громада, інвестори, органи державного управління, споживачі, громадськість груп особливих інтересів. Визначення громадськості за Д. Грунігом (негромадськість, латентна громадськість, обізнана громадськість, активна громадськість). Аудиторія як активна громадськість. Фактори ситуативного характеру з перетворення латентної громадськості в аудиторію (Джеймс Груніг): усвідомлення проблеми, усвідомлення обмежень, рівень включеності в ситуацію. Методи визначення цільових груп громадськості (географічний, демографічний, психографічний, з урахуванням прихованої влади, з урахуванням статусу, з урахуванням репутації, з урахуванням членства, з урахуванням ролі у прийнятті рішення та ін.). Пріоритетні групи громадськості як такі, що мають виняткову вагу в реалізації певної PR-програми.

Класична формула планування, проведення та оцінки PR-проектів – RACE: R – це Research (дослідження: аналіз та постановка завдання), A – Action (дія: розробка програми та кошторису), C – Communication (спілкування: реалізація програми інформаційно-комунікаційними засобами), E – Evaluation (оцінка: визначення результатів та внесення коректив у програму). Повідомлення як ключова складова інформаційного чи комунікативного акту. Повідомлення як зміст, як середовище, як особистість. Складання повідомлення з урахуванням часу, місця, аудиторії, ситуації.

Засоби реалізації PR-програми. Неконтрольовані засоби комунікації (статті, прес-релізи, фотоматеріали, прес-конференції) і контрольовані. Засоби друкованої інформації, аудіовізуальної комунікації, міжособистісного спілкування.

Принципи і стандарти оцінки ефективності PR-програм. Аналіз якості та кількості інформаційного продукту PR.

Тема 3. Правове, організаційне та етичне регулювання міжнародної PR-діяльності

PR-діяльність у контексті міжнародного права: стан і проблеми. Міжнародні PR як діяльність з досягнення взаєморозуміння шляхом зближення географічних, культурних, мовних відмінностей.

Структури, що займаються зовнішньополітичним PR у міжнародних відносинах.

Структурні підрозділи PR та їх завдання (розробка інформаційної стратегії і тактики, отримання об'єктивної та своєчасної інформації в межах професійної діяльності, видання необхідних текстів та відео матеріалів). PR-агенція: види та структура. Види PR-агенцій та їхня типова структура (відділи, штатні посади). Напрямки діяльності PR-агенцій. Види послуг PR-агенцій. Абонентське обслуговування. Віддалений прес-центр. Політконсультування. Іміджмейкинг. Моніторинг. Дослідницька діяльність. Розробка і реалізація комунікаційних програм. Організація роботи PR-агенції: з чого почати; реєстрація; пошук штатних співробітників; організація внутрішніх комунікацій; специфіка

планування роботи в PR-агенціях; документообіг; бюджет: види, принципи та засади формування. Просування PR-агенції на ринку комунікаційних послуг. Інформування про агенцію (сайт, реклама). Оплата послуг PR-агенцій. Типи угод на проведення PR-кампаній.

Організація PR-кампанії як спеціальної події. Модель, завдання, типи PR-кампаній та засоби їх реалізації. Ресурси для PR-кампанії. Елементи успішної PR-кампанії: просвіта, інжиніринг, підкріплення, наділення правами, оцінка. Планування кампанії. Установлення цілей, графіків бюджетів, розробка стратегії, планування непередбачуваних ситуацій, розробка стратегії. Реалізація кампанії. Пристосування тактики до стратегії, інформування, вирішення проблем. Оцінка кампанії (моніторинг, аналіз). Приклади успішних PR-кампаній.

Поняття етики в PR. Етичні рівні здійснення PR-діяльності та їх характеристика. Діяльність IPRA щодо регулювання етики PR, роль Української PR -ліги та Української асоціації PR щодо формування етичних засад PR –діяльності в міжнародних відносинах.

Тема 4. Громадська думка в PR-діяльності

Зв'язки з громадськістю (PR) як галузь наукового знання і сфера професійної діяльності. Формула PR. Витоки та історія розвитку PR. Громадськість в системі PR як об'єкт та суб'єкт комунікації. Громадська думка: дослідження та формування. Комунікація як процес передачі інформації. Види комунікативного впливу в системі PR — діяльності. Комунікативні проблеми та PR — діяльність в організації. Стратегічне планування PR — діяльності. Поняття комунікативної стратегії. Імідж організації. Стратегії формування іміджу. Основні канали та форми здійснення зв'язків з громадськістю. Паблісіті як форма комунікації з громадськістю. Специфіка діяльності системи зв'язків з громадськістю в окремих сферах життя суспільства.

Розділ 2. Напрямки PR-діяльності у міжнародних відносинах

Тема 5. PR-технології формування міжнародного іміджу країни

Імідж країни як об'єкт PR.

Особливості міжнародної PR-діяльності держав та державних органів.

Місце PR-структур (прес-центр, відділ зв'язків з громадськістю, управління по зв'язках з пресою, центр громадських зв'язків) в органах державної влади. PR як компонент державного і муніципального управління, спрямований на оптимізацію міжнародних відносин. Структура служби PR державної організації: інформаційно-аналітична служба, підрозділ по роботі із зверненнями та скаргами громадян, теле-, радіо-, фотовідділ, редакція власного видання. Напрямки міжнародної PR-діяльності національних та місцевих органів державної влади. Функції державного прес-центру (інформаційного центру) у сфері міжнародних відносин. Засоби масової інформації як інструмент формування міжнародного іміджу країни.

Тема 6. PR у діяльності міжнародних організацій

Міжнародні організації як суб'єкти PR-діяльності. Цілі і тенденції розвитку міжнародних організацій та їх врахування у PR-діяльності. Основні завдання PR-служб міжнародних організацій.

Типи міжнародних організацій: спеціалізовані, комплексні й універсальні; глобальні, міжконтинентальні й континентальні. Їх ідеологія, місія і проблеми функціонування. У різноманітних міжнародних організаціях функції зв'язків з громадськістю виконують: секретаріати (Всесвітня метеорологічна організація); спеціалізовані структури внутрішніх організацій (ООН); регіональні або національні інформаційні центри певної міжнародної організації. Засоби, що використовуються міжнародними організаціями в PR-діяльності: поширення прес-релізів, комюніке, інших

інформаційних матеріалів з поточних подій; публікації брошур, періодичних видань, книг із проблем діяльності міжнародної організації; спеціальні події (виставки, конференції, екскурсії тощо).

PR-кампанії міжнародних організацій: специфіка, ресурси. Правила комунікації з журналістами. Соціальна роль і функції неурядових міжнародних організацій в технологіях PR. Мультикультурне середовище як фактор здійснення міжнародних організацій.

Засоби масової інформації як інструмент здійснення PR в міжнародних організаціях.

Практика PR-діяльності міжнародних організацій. PR - технології у комунікативній політиці окремих міжнародних організацій.

PR в європейському інформаційному просторі.

Тема 7. PR і світова політика в умовах цифровізації

Сутність та передумови формування цифрових компетенцій у контексті розвитку глобального тренду цифрової трансформації суспільства. Тенденції розвитку ІКТ, ІТіндустрії та цифровізації в Україні, стан розвитку цифрових компетенцій. Стан розвитку цифрових компетенцій органів державної влади як основного ініціатора й стратега у формуванні та реалізації людського капіталу.

Тема 8. Електронний PR в міжнародних відносинах

Особливості електронного PR як новітньої комунікативної технології в діяльності комерційних компаній та міжнародних відносинах. Переваги та слабкі сторони Інтернету як засобу масової комунікації. Веб-сайту як центрального елементу PR-діяльності в Інтернеті.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин					
	Денна форма					
	у тому числі					
	Усього	лекції	прак-тичні	лаб.	інд.	СР
Розділ 1. Основи PR у міжнародних відносинах						
Тема 1. Витоки і теорія PR у міжнародних відносинах	14	2	2			10
Тема 2. Програмування PR-діяльності у міжнародних відносинах	16	4	2			10
Тема 3. Правове, організаційне та етичне регулювання міжнародної PR-діяльності	14	2	2			10
Тема 4. Громадська думка в PR-діяльності	16	2	4			10
Разом за розділом 1	60	10	10			40
Розділ 2. Напрямки PR-діяльності у міжнародних відносинах						
Тема 5. PR-технології формування міжнародного іміджу країни	14	2	2			10
Тема 6. PR у діяльності міжнародних організацій	14	2	2			10

Тема 7. PR і світова політика в умовах цифровізації	16	2	2			12
Тема 8. Електронний PR в міжнародних відносинах	16	2	2			12
Разом за розділом 2	60	8	8			44
Контрольна робота	30				30	
Усього	150	18	18		30	84

4. Тематики практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість Годин
1	Тема 1. Витоки і теорія PR у міжнародних відносинах	2
2	Тема 2. Програмування PR-діяльності у міжнародних відносинах	2
3	Тема 3. Правове, організаційне та етичне регулювання міжнародної PR-діяльності	2
4	Тема 4. Громадська думка в PR-діяльності	4
5	Тема 5. PR-технології формування міжнародного іміджу країни	2
6	Тема 6. PR у діяльності міжнародних організацій	2
7	Тема 7. PR і світова політика в умовах цифровізації	2
8	Тема 8. Електронний PR в міжнародних відносинах	2
	Разом	18

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	Тема 1. Витоки і теорія PR у міжнародних відносинах. Опрацювання навчальної літератури, аналіз періодичних видань, складання розгорнутого плану відповідей на питання теми, підготовка рефератів, доповідей, есе, презентацій, розв'язання кейсів.	10
2	Тема 2. Програмування PR-діяльності у міжнародних відносинах Опрацювання навчальної літератури, аналіз періодичних видань, складання розгорнутого плану відповідей на питання теми, підготовка рефератів, доповідей, есе, презентацій, розв'язання кейсів.	10
3	Тема 3. Правове, організаційне та етичне регулювання міжнародної PR-діяльності Опрацювання навчальної літератури, аналіз періодичних видань, складання розгорнутого плану відповідей на питання теми, підготовка рефератів, доповідей, есе, презентацій, розв'язання кейсів.	10
4	Тема 4. Громадська думка в PR-діяльності Опрацювання навчальної літератури, аналіз періодичних видань, складання розгорнутого плану відповідей на питання теми, підготовка рефератів, доповідей, есе, презентацій, розв'язання кейсів.	10
5	Тема 5. PR-технології формування міжнародного іміджу країни Опрацювання навчальної літератури, аналіз періодичних видань, складання розгорнутого плану відповідей на питання теми, підготовка рефератів, доповідей, есе, презентацій, розв'язання кейсів.	10

	кейсів.	
6	Тема 6. PR у діяльності міжнародних організацій Опрацювання навчальної літератури, аналіз періодичних видань, складання розгорнутого плану відповідей на питання теми, підготовка рефератів, доповідей, есе, презентацій, розв'язання кейсів.	10
7	Тема 7. PR і світова політика в умовах цифровізації Опрацювання навчальної літератури, аналіз періодичних видань, складання розгорнутого плану відповідей на питання теми, підготовка рефератів, доповідей, есе, презентацій, розв'язання кейсів.	12
8	Тема 8. Електронний PR в міжнародних відносинах Опрацювання навчальної літератури, аналіз періодичних видань, складання розгорнутого плану відповідей на питання теми, підготовка рефератів, доповідей, есе, презентацій, розв'язання кейсів.	12
	Контрольна робота	30
	Разом	114

6. Індивідуальне завдання

Навчальним планом передбачено виконання здобувачем контрольної роботи.

Контрольна робота включає 2 завдання, які виконуються письмово:

1. Підготувати аналітичну довідку на тему «Успішні PR-кампанії у світовій практиці» (до 10 тис. знаків).

2. Розробити PR-програму для однієї з міжнародних організацій, яка має містити такі елементи: ситуація, цілі, громадськість (аудиторія), стратегія, тактика, календар графік, бюджет, оцінка (*вид організації і проблему магістрант обирає самостійно*).
Захист завдання проходить у вигляді презентації.

Методичні поради до виконання контрольної роботи

При виконанні першого завдання користуйтеся наступною навчальною літературою:

1. Шевченко О. В. Європейська PR-практика: посібник. Київ: ІМВ, 2006. 162 с.
2. Шевченко О. В. PR-технології в міжнародних відносинах (європейський досвід та перспективи України): Монографія. Київ: Центр вільної преси, 2003. 187 с.
3. Ситников А. П., Крылов И. В. Самые успешные PR-кампании в мировой практике. Москва: Консалтинговая группа «Имидж-Контакт», Инфра-М, 2002. 310 с.

При виконанні другого завдання ознайомтеся з начальною літературою по PR програмуванню:

1. Барежев В. А. Проведение PR-кампании. Конспект лекций. СПб.: СПбАУЭ, 2009. 113 с.
2. Бердников И. П., Стрижова А. Ф. PR-коммуникации: практ. пособие / 2-е изд. Москва: Дашков и К, 2013. 208 с.
3. Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR: учеб. пособие для вузов. Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2004. 624 с.
4. Ляйнеманн Р., Балькальцева Е. Измерения медиарилейшнз: как оценить вклад PR в успех компании; пер. с англ. Москва: Вершина, 2006. 248 с.

Вимоги до оформлення і написання контрольної роботи:

1. Вимоги до оформленню:
- обсяг 20-25 сторінок;

- шрифт - Times New Roman-14;
 - інтервал - 1,5.
 - 2. Вимоги до написання:
 - 2.1. Титульний аркуш за формою із зазначенням:
 - назви теми;
 - групи, курсу і ПІБ здобувача;
 - посада та ПІБ викладача;
 - рік написання.
 - 2.2. Зміст роботи із зазначенням сторінок.
 - 2.3. Оформлення літературних джерел:
 - вказівка виноска на джерела літератури за текстом.
 - вказати список використаних джерел в кінці роботи, не менше 5;
 - 2.4. Рекомендовано використання в роботі схеми, таблиці, малюнки, які зв'язуються зі слайдами презентації за темою реферату.
 - 3. Підсумкова оцінка контрольної роботи складається з 20 балів, з них:
 - 10 балів – ступінь розкриття теми та відображення головного змісту;
 - 10 балів – публічна доповідь та якісні відповіді на питання.
- Відсутність виконаної контрольної роботи дає підставу щодо не допуску здобувача до підсумкового семестрового контролю – заліку.

7. Методи контролю

Засвоєння тем (поточний контроль) здійснюється на практичних заняттях відповідно до контрольних цілей. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки здобувачів до виконання конкретної роботи.

Підсумковий контроль засвоєння розділів початкової дисципліни здійснюється по їх завершенню на основі проведення контрольних робіт. Завданням поточного контролю є оцінювання знань, умінь та практичних навичок здобувачів, набутих під час вивчення певного блоку тем.

Схема нарахування балів за поточним контролем

Кількість балів	Критерії оцінювання
36-40	Систематичне відвідування лекцій та практичних занять, відсутність пропусків занять без поважної причини, відпрацювання тем практичних занять, пропущених з поважної причини, виконання завдань до кожного практичного заняття, висока активність роботи на практичному занятті, засвоєння всього обсягу матеріалу, повні та обґрунтовані відповіді при виконанні завдань, здатність визначення теоретичних питань, на які розраховані завдання, уміння сформулювати своє ставлення до певної проблеми теми, вміння мислити абстрактно і узагальнено, здатність публічно представити матеріал.
31-35	Систематичне відвідування лекцій та практичних занять, відсутність пропусків занять без поважних причин, відпрацювання тем практичних занять, пропущених з поважної причини, виконання завдань до кожного практичного заняття, висока активність роботи на практичному занятті, засвоєння всього обсягу матеріалу, повні та обґрунтовані відповіді з несуттєвими помилками при виконанні завдань, здатність визначення теоретичних питань, на які розраховані завдання, уміння сформулювати своє ставлення до певної проблеми теми, здатність публічно представити матеріал
26-30	Наявність пропущених лекцій та практичних занять, відпрацювання тем

	пропущених практичних занять, виконання завдань до кожного практичного заняття, активна робота на практичних заняттях, засвоєння основних положень курсу, допущення декількох незначних помилок при виконанні завдань, здатність визначення теоретичних питань, на які розраховані завдання, здатність публічно представити матеріал.
21-25	Наявність пропущених лекцій та практичних занять, відпрацювання тем пропущених та практичних занять, епізодична відсутність виконання завдань, участь у роботі на практичних заняттях, засвоєння окремих положень матеріалу, неповні відповіді при виконанні завдань, складності при визначенні теоретичних питань, на які розраховані завдання, здатність публічно представити матеріал.
16-20	Несистематичне відвідування лекцій та практичних занять, відсутність на заняттях без поважних причин, наявність декількох невідпрацьованих тем пропущених практичних занять, епізодична відсутність виконаних завдань, участь у роботі на практичних заняттях, засвоєння окремих положень матеріалу тем змістовного розділу, неповні відповіді, допущення помилок при виконанні завдань, великі складності при визначенні теоретичних питань на які розраховані завдання, невпевнені навички публічного представлення матеріалу.
11-15	Епізодичне відвідування лекцій та практичних занять, відсутність на заняттях без поважної причини, наявність невідпрацьованих тем пропущених лекцій та практичних занять. епізодична відсутність виконаних завдань, пасивна робота на практичних заняттях (участь у роботі останніх лише за наявності стимулу з боку викладача), наявність певного уявлення щодо матеріалу тем змістовного розділу, неповні відповіді, допущення значної кількості помилок при виконання завдання, невміння визначити теоретичні питання, на які розраховано завдання, невпевнені навички публічного представлення матеріалу.
6-10	Систематичні пропуски лекцій та практичних занять без поважних причин, наявність невідпрацьованих тем пропущених лекцій та практичних занять. систематична відсутність виконаних завдань, пасивність у роботі на практичних заняттях, неповні, необґрунтовані відповіді, допущення істотних помилок при виконанні завдань, нездатність визначити теоретичні питання, на які розраховані завдання.
0-5	Систематичні пропуски лекцій та практичних занять без поважних причин, теми пропущених лекцій та практичних занять не відпрацьовані, систематична відсутність виконаних завдань, пасивність у роботі на практичних заняттях, відсутність знань, неповні, необґрунтовані відповіді, допущення істотних помилок при виконанні завдання. Нездатність визначити теоретичні питання, на які розраховані завдання, невміння публічно представити матеріал.

Схема нарахування балів за контрольну роботу

Кількість балів	Критерії оцінювання
16-20	зміст контрольної роботи відповідає темі і розкриває її повною мірою, структура роботи та її оформлення повністю відповідають встановленим вимогам
11-15	зміст контрольної роботи відповідає темі і розкриває її значною мірою, структура роботи та її оформлення відповідають встановленим вимогам;
6-10	зміст контрольної роботи відповідає темі, але розкриває її частково,

	структура роботи та її оформлення значною мірою відповідають встановленим вимогам;
0-5	зміст контрольної роботи не відповідає темі і не розкриває її сутності, структура роботи та її оформлення не відповідають встановленим вимогам.

Здобувачі, знання яких оцінені мінімально необхідною для складання заліку кількістю балів, не мають право на виконання додаткових завдань для підвищення отриманої кількості балів.

Здобувачі, які були відсутні на лекції чи практичному занятті, або отримали незадовільну оцінку, відпрацьовують пропущене заняття або незадовільну оцінку викладачу у дні його консультацій за графіком, затвердженим кафедрою

Для відпрацювання здобувач зобов'язаний надати індивідуально виконане завдання за темою пропущеного заняття та продемонструвати належний рівень теоретичної підготовки за темою заняття, яке відпрацьовується.

Оцінювання знань та умінь здобувачів при підсумковому контролі здійснюється відповідно до наступних критеріїв:

Кількість балів	Критерії оцінювання
35-40	Здобувач цілком і всебічно розкрив усі питання, вільно оперує поняттями і термінологією, демонструє глибокі знання джерел, має власну точку зору стосовно відповідних питань і може аргументовано її доводити.
29-34	Здобувач достатньо повно і всебічно розкрив усі питання, вільно оперує термінологією і поняттями, демонструє знання джерел, має власну точку зору стосовно відповідних питань і може аргументовано її доводити.
18-28	Здобувач розкрив питання у загальних рисах, але спостерігаються деякі упущення при відповіді на питання, обґрунтування неточні. Не підтверджуються достатньо обґрунтованими доказами.
10-17	Здобувач розкрив питання у загальних рисах, розуміє їхню сутність, намагається робити висновки, але при цьому слабо орієнтується в джерелах, припускається грубих помилок, матеріал викладає нелогічно.
0-9	Здобувач не в змозі дати відповідь на поставлені запитання, або відповідь не правильна, не розуміє суть питання. Не ознайомлений з джерелами. Не може зробити висновків.

Підсумковий семестровий контроль здійснюється під час проведення заліку. Загальна кількість балів за успішне виконання залікового завдання – 40. Час виконання – до 80 хвилин.

За бажанням (та за згодою викладача) здобувач має можливість обрати тестову форму залікового завдання (білет містить 20 тестових завдань, здобувач одержує 2 бали за кожну вірну відповідь)

УВАГА! У разі використання заборонених джерел на заліку здобувач на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0).

У разі настання / подовження дії обставин непереборної сили (в тому числі запровадження жорстких карантинних обмежень в умовах пандемії з заборонаю відвідування ЗВО) здобувачам вищої освіти денної форм навчання надається можливість скласти залік в тестовій формі (білет містить 20 тестових завдань, здобувач одержує 2 бали за кожну вірну відповідь) дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «PR у міжнародних відносинах» <https://dist.karazin.ua/moodle/login/index.php>

8. Схема нарахування балів

В основу рейтингової системи навчання покладено принцип накопичення балів за певний період навчання (семестр, рік), які здобувач отримує за виконання різних видів діяльності. Сума цих балів виступає в ролі кількісного показника якості роботи здобувача.

Оцінка успішності здобувача є рейтинговою і виставляється за багатобальною шкалою з урахуванням оцінок засвоєння окремих розділів.

Поточний контроль, самостійна робота								Залікова робота	Сума		
Розділ 1				Розділ 2						Контрольн а робота	Разом
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	20			
									60	40	100
5	5	5	5	5	5	5	5				

Шкала оцінювання

Набрана сума балів за 100-бальною шкалою переводиться у дворівневу шкалу оцінювання у такий спосіб:

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за дворівневою шкалою оцінювання
90 – 100	зараховано
70-89	
50-69	
1-49	не зараховано

9. Рекомендована література

Основна література

1. Катлип С., А.. Сентер А., Брум Г. Паблик Рилейшнз. Теория и практика: пер. с англ. 8-е изд. Москва: Вильямс, 2016. 613 с.
2. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз: Учебник. Москва: Рефл-бук. Киев: Ваклер, 2003. 528с.
3. Уотсон Том, Нобл Пол. Методи оцінки діяльності PR-підрозділу компанії: Найкраще практичне керівництво з планування, досліджень та оцінки зв'язків з громадськістю / пер. з англ. Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2006. 272 с.
4. Чумиков А. Н., Бочаров М.А. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов. Москва: Инфра-М, 2012. 330 с.
5. Шевченко О. В., Яковець А. В. PR: теорія і практика: підручник. Київ: Бізнесполіграф, 2011. 464 с.

Допоміжна література

1. Адамович Д. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: Учебно-методический комплекс. Новосибирск: НГУЭУ, 2008. 106 с.
2. Актуальные проблемы международных отношений и внешней политики в XXI веке / Под ред. Т. В. Кашириной и В. А. Аваткова. Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К0», 2017. 411 с.

3. Аронсон Э., Пратканис Э.Р. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление. Перераб. изд. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. 384 с.
4. Барежев В. А. Проведение PR-кампании. Конспект лекций. СПб.: СПбАУЭ, 2009. 113 с.
5. Бердников И. П., Стрижова А. Ф. PR-коммуникации: практ. пособие / 2-е изд. Москва: Дашков и К, 2013. 208 с.
6. Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR: учеб. пособие для вузов. Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2004. 624 с.
7. Будущее глазами американской разведки. Аналитический обзор доклада Национального разведывательного совета США «Глобальные тенденции: парадоксы прогресса» / Аналитические доклады ИМИ. Вып. 2(48). Москва: МГИМО-Университет, 2017. 43 с.
8. Бузни Е. История связей с общественностью. Москва: Инфра-М, 2014. 224 с.
9. XXI век: Перекрестки мировой политики / Редкол.: О. П. Иванов, М. А. Кукарцева, М. А. Неймарк, Москва: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2014. 424 с.
10. Диалог и столкновение цивилизаций / Бажанов Е.П., Бажанова Н.Е. Москва: Изд-во «Весь Мир», 2013. 272 с.
11. Инновационные направления современных международных отношений / Учебное пособие под ред. А. В. Крутских, А. В. Бирюкова. Москва: Аспект Пресс. 2010. 272 с.
12. Касьянов Ю. PR-кампания своими силами. СПб.: Питер, 2008. 192 с.
13. Кашлев Ю., Галумов Э. Информация и PR в международных отношениях. Москва: Известия, 2003. 432 с.
14. Коник Д. Л. Стратегічні комунікації: посібник для державних службовців. Київ: [Міжнародний банк реконструкції та розвитку / Світовий банк], 2016. 256 с.
15. Королько В. Г. Основы публик рилейшнз. Москва: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000. 528 с.
16. Ляйнеманн Р., Балькальцева Е. Измерения медиарилейшнз: как оценить вклад PR в успех компании; пер. с англ. Москва: Вершина, 2006. 248 с.
17. Манахова И. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие. Ульяновск: УлГТУ, 2010. 182 с.
18. «Принцип домино»: мировая политика на рубеже веков. Монография / Пономарева Е.Г., Рудов Г.А. Москва: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2016. 312 с.
19. Международные отраслевые организации: базовые принципы и инструментарий операционной деятельности: учеб. пособие для вузов / Н. Г. Хмелевская. Москва: ИНФРА-М, 2010. 171 с.
20. «Мягкая сила» в мировой политике. / М. А. Неймарк; предисл. Е. П. Бажанова. Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017, 272 с.
21. Негосударственные участники мировой политики: Учебное пособие / под ред. М. М. Лебедевой, М. В. Харкевича. Москва: Аспект Пресс, 2013.
22. Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями: учебное пособие; [Л.С.Сальникова и др.]; под ред. Л.С.Сальниковой. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2017. 444 с.
23. Ситников А. П., Крылов И. В. Самые успешные PR-кампании в мировой практике. Москва: Консалтинговая группа «Имидж-Контакт», Инфра-М, 2002. 310 с.
24. Скопин А.Ю. Международные организации: учеб. пособие. Москва: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2007. 492 с.
25. Современная наука о международных отношениях за рубежом: Хрестоматия в трёх томах. Т. 1; под общ. ред. И. С. Иванова. Москва: НП РСМД, 2015. 1040 с
26. Современная политика и международные отношения. Сборник статей / Под общей ред. М. А. Кукарцевой, М. В. Грановской., М., «Канон+», 2016, 240 с.

27. Современные глобальные проблемы / под ред. В.Г.Барановского, А.Д.Богатурова. Москва: Аспект Пресс. 2010. 350 с.
28. Тараненко Г. Г. Международные организации (учебное пособие). Киев: КиМУ, 2017. 120 с.
29. Трансформация международных отношений в XXI веке / Отв. ред. М. В. Грановская, О. А. Тимакова. Москва: Дипломатическая академия МИД России, 2017. 436 с.
30. Уотсон Том, Нобл Пол. Методи оцінки діяльності PR-підрозділу компанії: Найкраще практичне керівництво з планування, досліджень та оцінки зв'язків з громадськістю / пер. з англ. Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2006. 272 с.
31. Хижняк О. В. Сучасні виклики інформаційно-комунікаційної демократії: модернізація суспільно-владних відносин та експансія колективної соціальної дії. *Інформаційно-комунікаційна демократія: монографія* / за наук. ред. С. О. Довгого; Ін-т телекомунікацій і глобального інформаційного простору НАН України. Київ: Вид. СВС Панасенко І. М., 2015. С. 289–303.
32. Хижняк А. В. Коллективная идентичность, солидарность и доверие как конструкты массовой мобилизации в Восточноевропейском пограничье. *Український соціологічний журнал*. 2014. № 1–2. С. 48–58.
33. Хижняк А. В. Экспансия сетевых коммуникаций и массовая мобилизация в Восточноевропейском пограничье: основные тренды. *Перекрестки. Журнал исследований Восточноевропейского пограничья*. Вильнюс, 2014. № 1–2. С. 256–273.
34. Khyzhniak O., Davidovich N. Communicative mechanisms for transforming the mass into the collective (in terms of internally displaced persons). *European political and law discourse*. 2017. Vol. 4. Issue 2. P. 166–176.
35. Чічановський А. А., Старіщ О. Г. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем: Підручник. Київ: Грамота, 2010. 568 с.
36. Чумиков А. Н., Бочаров М. А. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов. Москва: Инфра-М, 2012. 330 с.
37. Шарков Ф. И. Политический консалтинг (специализация курса «Консалтинг в связях с общественностью»): учебное пособие. 2-е изд. Москва: Дашков и К, 2006. 460 с.
38. Шевченко О. В. Державний брендинг в міжнародних відносинах. Навчальний посібник. Київ: ІМВ. 2011. 152 с.
39. Шевченко О. В. PR-технології в міжнародних відносинах (європейський досвід та перспективи України): Монографія. Київ: Центр вільної преси, 2003. 187 с.
40. Шевченко О.В. Основы PR-практики (прикладный аспект): Посібник. Київ: Центр вільної преси, 2007. 157 с.
41. Шевченко О.В., Шевченко Г. В. Оцінка ефективності PR-діяльності: Антологія. Київ: Центр вільної преси, 2007. 234 с.
42. Шевченко О. В. Європейська PR-практика: Посібник. Київ: ІМВ, 2006. 162 с.
43. Этциони А. От империи к сообществу: новый подход к международным отношениям / Пер. с англ. Москва: Ладомир, 2004. 384 с.
44. Юдина Е. Креативное мышление в PR (в системе формирования социокультурных связей и отношений. Москва: РИП-Холдинг, 2005. 272 с.
45. Soft Power, мягкая сила, мягкая власть. Междисциплинарный анализ: колл. монография / [П. Б. Паршин и др.]; сост. и ред Е. Г. Борисова. Москва: ФЛИНТА: Наука, 2015.
46. Jerry A. Hendrix, Darrell C. Hayes and Pallavi Damani Kumar. Public Relations Cases. Cengage Learning, 2012. 448 p.
47. Dennis L., Wilcox and Glen T. Cameron. Public Relations: Strategies and Tactics (10th Edition). Pearson, 2011. 624 p.

48. Public Communication in the European Union: History, Perspectives and Challenges, Edited by Chiara Valentini and Giorgia Nesti. Cambridge Scholars Publishing, 2010. 419 с.
49. Trevor Morris, Simon Goldsworthy. Public relations for the new Europe. Palgrave Macmillan, 2008. 246 p.

Журнали

1. Мировая экономика и международные отношения
2. Международные процессы
3. США и Канада: экономика, политика, культура
4. Пресс-служба. Профессиональный журнал для специалистов по связям с общественностью. – <http://press-service.ru/>
5. Связи с общественностью в государственных структурах. – <http://gospr.ru/>
6. Foreign Affairs
7. Foreign Policy
8. PRWeek UK. – [prweek.com/uk/ home](http://prweek.com/uk/home)
9. PRWeek US. – prweekus.com
10. The PR Journal. – prsa.org/ [Intelligence/PRJournal]
11. Public Relations Society of America (PRSA)

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

- <http://www.publicity.kiev.ua/> – спеціалізований ресурс з PR та інших комунікацій.
- <http://adme.ru> – щоденне галузеве інтернет-видання про ринок реклами, маркетингу, PR
- <http://www.prweek.com/> – Онлайн-версія одного з найбільших видань про PR
- <http://www.sostav.ru> – спеціалізований ресурс, що містить розгорнуту інформацію про різні сегменти ринку реклами й PR
- <http://gtmarket.ru> – інформаційний портал по PR, рекламі, маркетингу
- <http://www.sovetnik.ru> – Щомісячний професійний журнал про зв'язки із громадськістю й ринку PR
- <http://www.prschik.kiev.ua/> – Український сайт про PR, маркетинг й рекламу
- <http://www.pr-center.org.ua/> – веб-ресурс для недержавних організацій, які цікавляться питаннями просування своїх інституцій за допомогою комунікативних технологій
- <http://www.pronline.ru/> – спеціалізований портал по PR
- www.prweekuk.com – PR Week
- www.prnewswire.com – PR Newswire
- www.ragan.com – Journal of Employee Communications Management
- www.prandmarketing.com – Спільний проект PR News, Interactive PR & Marketing News і декількох інших ведучих видань
- www.pressclub.host.ru – Міжнародний прес-клуб
- www.pr-liga.org.ua – офіційний сайт ВГО «Українська ліга зі зв'язків із громадськістю»
- www.uapr.com.ua – офіційний сайт Української Асоціації зі зв'язків з громадськістю
- Госдепартамент США: [Официальный сайт]. Режим доступа: <http://www.state.gov/>
- Организация Объединенных Наций [Официальный сайт]. Режим доступа: <http://www.un.org/ru/>
- Организация североатлантического договора (НАТО) [Официальный сайт]. Режим доступа: <http://www.nato.int/cps/en/natolive/index.htm>

Європейський PR-Конгрес [Електронний ресурс]. Режим доступу <http://uapr.com.ua/ua>

Наумова Н. М., Наумов В. О. Аналіз сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у сфері зв'язків із громадськістю. *Вісник Національного транспортного університету*. 2016. № 1. С. 310–319. <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/11495>

Thinking about PR in Europe? Five considerations before you board that flight... [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://blog.lewispr.com/2011/09/european-pr.html>

Holms Poll. 10 Ways To Design. The PR-Agency Of The Future [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.holmesreport.com/featurestories-info/13365/10-Ways-To-Design-The-PR-Agency-Of-The-Future.aspx>.

11. Особливості навчання за денною формою в умовах подовження дії обставин непоборної сили (в тому числі запровадження карантинних обмежень через пандемію)

В умовах дії карантинних обмежень освітній процес в університеті здійснюється за змішаною формою навчання, а саме:

- дистанційно (за затвердженим розкладом занять) на платформі Zoom проводяться всі лекційні заняття;
- дистанційно на платформі Moodle проводяться практичні (практичні), індивідуальні заняття та консультації, контроль самостійної роботи;
- аудиторно (за затвердженим розкладом занять) проводяться 10% практичних та семінарських занять у навчальних групах кількістю до 20 осіб з урахуванням відповідних санітарних і протиепідемічних заходів.

Складання підсумкового семестрового контролю: в разі запровадження жорстких карантинних обмежень з заборобою відвідування ЗВО здобувачам денної форми навчання надається можливість (за заявою, погодженою деканом факультету) скласти залік **в тестовій формі дистанційно на платформі Moodle** в дистанційному курсу «PR у міжнародних відносинах» <https://dist.karazin.ua/moodle/login/index.php>

12. Перелік залікових питань

1. Сутність міжнародних PR. Фактори зростання значення і ваги міжнародних PR.
2. PR в контексті актуальних теорій міжнародних відносин. Комунікативна природа PR.
3. Нова парадигма PR в інформаційному суспільстві. PR в системі інтегрованих комунікаційних технологій.
4. Хронологія і розвиток PR. Моделі PR-діяльності.
5. Основні терміни і поняття, які використовуються в теорії і практиці PR.
6. Функції PR у міжнародних відносинах.
7. Принципи PR у міжнародних відносинах.
8. Зміст професійної діяльності фахівця з PR у сфері міжнародних відносин.
9. Галузі функціонування PR та їхній вплив на міжнародні відносини Політичні PR. PR силових структур і спецслужб. Урядові PR.
10. Завдання і напрямки PR-діяльності держави і міжнародних організацій у сфері міжнародних відносин.
11. R-програми: сутність, мета, зміст, проблеми реалізації PR-програми у сфері міжнародних відносин. Елементи програмування PR-діяльності.
12. Визначення аудиторії PR-кампанії в міжнародних відносинах.

13. PR і міжнародна громадська думка. Природа, структура, функції міжнародної громадської думки. Процес формування, функціонування, виразу й використання громадської думки у міжнародних відносинах.
14. Класична формула планування, проведення та оцінки PR-проектів – RACE та її застосування в PR-діяльності у сфері міжнародних відносин.
15. Засоби реалізації PR-програми.
16. Принципи і стандарти оцінки ефективності PR-програм. Аналіз якості та кількості інформаційного продукту PR.
17. Структури, що займаються зовнішньополітичним PR у міжнародних відносинах.
18. Організація PR-кампанії як спеціальної події. Модель, завдання, типи PR-кампаній та засоби їх реалізації. Ресурси для PR-кампанії.
19. Поняття етики в PR. Етичні рівні здійснення PR-діяльності та їх характеристика.
20. Імідж країни як об'єкт PR.
21. Особливості міжнародної PR-діяльності держав та державних органів.
22. Напрямки міжнародної PR-діяльності національних та місцевих органів державної влади.
23. Функції державного прес-центру (інформаційного центру) у сфері міжнародних відносин.
24. Засоби масової інформації як інструмент формування міжнародного іміджу країни.
25. Основні завдання PR-служб міжнародних організацій.
26. Засоби, що використовуються міжнародними організаціями в PR-діяльності.
27. PR-кампанії міжнародних організацій: специфіка, ресурси.
28. Засоби масової інформації як інструмент здійснення PR в міжнародних організаціях.
29. PR - технології у комунікативній політиці окремих міжнародних організацій.
30. PR в європейському інформаційному просторі.