

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

2021 р.



Робоча програма навчальної дисципліни

Зв'язки з громадськістю в міжнародних відносинах

рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

галузь знань: 29 «Міжнародні відносини»

(шифр і назва)

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

(шифр і назва)

освітня програма: «Міжнародна інформація та міжнародні комунікації»

(шифр і назва)

спеціалізація: _____

(шифр і назва)

вид дисципліни: за вибором

(обов'язкова / за вибором)

факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

2021 / 2022 навчальний рік

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

“17” серпня 2021 року, протокол № 1

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних відносин, міжнародної інформації та безпеки Лариса ЧЕРНИШОВА

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

Протокол від “16” серпня 2021 року № 1

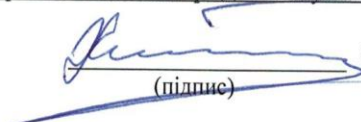
Завідувачка кафедри


(підпис)

Людмила НОВІКОВА
(ім'я та прізвище)

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми
«Міжнародна інформація та міжнародні комунікації»
назва освітньої програми

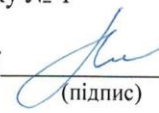
Гарант освітньо-професійної програми
«Міжнародна інформація та міжнародні комунікації»


(підпис)

Олександр ХИЖНЯК
(ім'я та прізвище)

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

Протокол від “16” серпня 2021 року № 1

Голова науково- методичної комісії 
(підпис) Лариса ГРИГОРОВА – БЕРЕНДА
(ім'я та прізвище)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Зв'язки з громадськістю в міжнародних відносинах» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Міжнародна інформація та міжнародні комунікації» підготовки бакалавра за спеціальністю 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії».

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. **Метою викладання** навчальної дисципліни «Зв'язки з громадськістю в міжнародних відносинах» є формування у здобувачів вищої освіти системного комплексу теоретичних знань, практичних умінь і навичок в галузі зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах.

1.2. **Основними завданнями** вивчення дисципліни «Зв'язки з громадськістю в міжнародних відносинах» є:

- формування наступних загальних компетентностей:

ЗК 2 – здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями та застосовувати їх у практичній діяльності;

ЗК 7 – здатність працювати як автономно, так і у команді;

ЗК 8 – здатність до адаптації та дії в новій ситуації, зокрема в міжнародному контексті.

- формування наступних фахових компетентностей:

ФК 1 – знання про природу, принципи організації та історичні тенденції розвитку міжнародних відносин;

ФК 3 – знання про стан досліджень міжнародних відносин та світової політики у політичній, економічній, юридичній науках, у міждисциплінарних дослідженнях;

ФК 5 – здатність самостійно досліджувати проблеми міжнародних відносин, готувати та здійснювати публічну апробацію результатів досліджень;

ФК 8 – знання засад дипломатичної та консульської служби, дипломатичного протоколу та етикету, уміння вести дипломатичне та ділове листування (українською та іноземними мовами);

ФК 13 – здатність до комунікації та здійснення інформаційно-аналітичної діяльності у сфері міжнародних відносин (українською та іноземними мовами);

ФК 15 – володіння іноземними мовами на професійному рівні, виконання усного та письмового перекладу з фахової тематики міжнародних відносин;

ФК 17 – здатність використовувати основні форми і засоби масової комунікації, методи та технології зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах;

ФК 18 – здатність забезпечувати діяльність прес-служб зовнішньо-політичних відомств;

ФК 20 – здатність застосовувати основні методи та засоби міжнародної комунікації та організації інформаційних кампаній.

1.3. Кількість кредитів – 4

1.4. Загальна кількість годин – 120

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
3-й	-й
Семестр	
5-й	-й
Лекції	
32 год.	год.
Практичні, семінарські заняття	
16 год.	год.
Лабораторні заняття	

- год.	год.
Самостійна робота	
72 год.	год.
Індивідуальні завдання	
год.	

1.6. Заплановані програмні результати навчання.

ПРН 2 – знання про природу та механізми міжнародних комунікацій;

ПРН 8 – знання основ ведення фахових дискусій із проблем міжнародних відносин, зовнішньої політики та міжнародних комунікацій;

ПРН 12 – проводити самостійні дослідження проблем міжнародних відносин із використанням наукових теорій та концепцій, наукових методів та міждисциплінарних підходів;

ПРН 16 – володіти основами ведення фахових дискусій із проблем міжнародних відносин, зовнішньої політики та міжнародних комунікацій;

ПРН 20 – здійснювати діяльність у дипломатичній та інших суміжних до міжнародного співробітництва сферах;

ПРН 21 – здійснювати самостійні індивідуальні та групові дослідження в сфері міжнародних відносин, зовнішньої політики, регіонознавства та міжнародних комунікацій, готувати та оприлюднювати звіти про результати досліджень;

ПРН 22 – виконувати професійний усний та письмовий переклад з/на іноземну мову, зокрема, з фахової тематики міжнародного співробітництва, зовнішньої політики, міжнародних комунікацій, дво- та багатосторонніх міжнародних проектів;

ПРН 23 – вести ділові бесіди у сфері міжнародних відносин і зовнішньої політики;

ПРН 24 – брати участь у фахових дискусіях із проблем міжнародних відносин, зовнішньої політики та міжнародних комунікацій, поважати точку зору опонентів;

ПРН 27 – використовувати основні форми і засоби масової комунікації, методи та технології зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах;

ПРН 28 – забезпечувати діяльність прес-служб зовнішньополітичних відомств;

ПРН 30 – застосовувати основні методи та засоби міжнародної комунікації та організації інформаційних кампаній.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

РОЗДІЛ 1

Теоретико-методологічні аспекти зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах

Тема 1. Зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз) як галузь наукового знання

Статус зв'язків з громадськістю. Зв'язки з громадськістю як сфера практично-прикладної діяльності. Зв'язки з громадськістю як частина інших наук. Зв'язки з громадськістю як самостійна, автономна наукова галузь. Об'єкт зв'язків з громадськістю. Предмет зв'язків з громадськістю.

Зв'язки з громадськістю в системі сучасних наук. Комунікативістика. Соціальна психологія. Соціологія. Журналістика. Паблік рілейшнз, маркетинг і реклама. ПР та пропаганда. Функції та ролі паблік рілейшнз

Тема 2. Історія виникнення та розвитку зв'язків з громадськістю

Особливості зв'язків з громадськістю в давній історії людства. Початки системи зв'язків з громадськістю в історії українського суспільства. Перші спроби створення організаційних структур для здійснення систематичних зв'язків з громадськістю.

Передумови виникнення системи зв'язків з громадськістю. Основні етапи виникнення та розвитку паблік рілейшнз. Особливості окремих етапів та їх характерні риси. Сучасний стан системи зв'язків з громадськістю за кордоном та в Україні.

Тема 3. Теорія комунікації – наукова основа зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах

Суспільні відносини та соціальна комунікація. Специфіка суспільних відносин. Сутність комунікації. Функції соціальної комунікації.

Структура комунікації. Суб'єкти комунікації. Різновиди комунікаторів. Засоби комунікації. Канали отримання інформації. Етапи розвитку соціальної комунікації. Предмет комунікації. Бар'єри комунікації. Ефекти комунікації. Середовище, у якому відбувається комунікативний процес. Моделі комунікації.

Форми соціальної комунікації. Особливості міжособистісної комунікації. Групова комунікація.

Масова комунікація. Характерні ознаки масової комунікації. Особливості масової комунікації.

Тема 4. Громадськість як суб'єкт комунікації в міжнародних відносинах

Середовище комунікації організації з громадськістю, його основні складові й параметри. Макро- та мікросередовище. Зовнішнє середовище та його параметри. Внутрішнє середовище та його параметри.

Громадськість як об'єкт та суб'єкт комунікації. Поняття «громадськість». Типологія груп громадськості. Поняття «громадськість» та «аудиторія», спільне та відмінне.

Сегментація ринку споживачів. Об'єктивні та суб'єктивні критерії сегментації громадськості.

Тема 5. Організація діяльності системи зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах

Етика і право в ПР. Місце служби зв'язків з громадськістю у структурі комунікаційного процесу. Можливі варіанти підпорядкування служби ПР, їх недоліки та переваги. Типові завдання служб зв'язків з громадськістю в роботі з керівниками фірми, конкурентами, партнерами, клієнтами, пресою та персоналом організації.

Консультативна форма діяльності системи зв'язків з громадськістю. Змішана форма роботи ПР.

РОЗДІЛ 2

Методи та форми здійснення зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах

Тема 6. Дослідницька діяльність служби зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах

Методи зв'язків з громадськістю: подвійний характер та зміст. Інформація як засіб управління громадськістю. Зведена інформація, її особливості та типологія. Дослідницька діяльність в системі зв'язків з громадськістю. Види дослідження в паблік рілейшнз, їх особливості.

Методи збирання первинної інформації: опитування, спостереження, аналіз документів як методи вивчення зовнішнього та внутрішнього середовища.

Тема 7. Стратегічне планування та оцінка міжнародної ПР-діяльності

Стратегічні спрямування ПР-діяльності. Позиціонування підприємства, торгової марки, особи. Піднесення підприємства, торгової марки, особи. Антиреклама, або зниження іміджу конкурентів. Відмежування від конкурентів.

Методи оцінки результатів паблік рілейшнз. Критерії оцінювання потенційних можливостей проведення ПР-акцій. Етапи і рівні оцінювання ПР-програми. ПР-аудит: основні напрями дослідження. Середня оцінка ПР-активності підприємства.

Тема 8. Пабліситі як засіб комунікації з громадськістю

Сутність пабліситі. Основні функції пабліситі. Пабліситі та реклама. Місце пабліситі у системі зв'язків з громадськістю. Новини, критерії виявлення та різновиди. Специфіка новин як основа типологізації пабліситі.

Локальні, регіональні, загальнонаціональні та міжнародні пабліситі. Програма пабліситі, її структура та вимоги до неї. Поняття інформаційних релізів, їх структура та особливості підготовки.

Тема 9. Лобіювання як форма комунікації та мистецтво впливу

Лобіювання як спеціалізована частина паблік рілейшнз. Сутність лобізму та його місце в комунікаційному процесі. Лобістська діяльність: поняття, структура, організаційні форми.

Технологія лобіювання. Методи та прийоми лобістів. Аспекти, які необхідно враховувати для визначення спрямованості дій лобістів. Завдання паблік рілейшнз-відділу. Функції лобістів. «Міні-правила» для ефективної діяльності лобістів.

Тема 10. Зв'язки з громадськістю в кризових умовах

Поняття кризи та кризової ситуації. Причини криз, їх типологізація, специфіка окремих типів криз. Роль зв'язків з громадськістю по запобіганню кризових ситуацій.

Кризові умови, їх ознаки. Принципи комунікацій з громадськістю у кризових умовах. Практична діяльність щодо подолання кризи та роль в ній служби зв'язків з громадськістю.

Види та форми комунікацій з громадськістю у післякризових умовах. Проблема збереження іміджу організації у кризовій та післякризовій ситуації та шляхи вирішення її.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усь-го	у тому числі					усь-ого	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1												
Теоретико-методологічні аспекти зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах												
Тема 1. Зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз) як галузь наукового знання	10	2	1	-	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 2. Історія виникнення та розвитку зв'язків з громадськістю	11	2	1	-	-	8	-	-	-	-	-	-
Тема 3. Теорія комунікації – наукова основа зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах	13	4	2	-	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 4. Громадськість як суб'єкт комунікації в міжнародних відносинах	13	4	2	-	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 5. Організація діяльності системи зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах	13	4	2	-	-	7	-	-	-	-	-	-
Разом за розділом 1	60	16	8	-	-	36	-	-	-	-	-	-
Розділ 2												
Методи та форми здійснення зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах												
Тема 6. Дослідницька діяльність служби зв'язків з громадськістю в	13	4	2	-	-	7	-	-	-	-	-	-

міжнародних відносинах												
Тема 7. Стратегічне планування та оцінка міжнародної ПР-діяльності	13	4	2	-	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 8. Паблісити як засіб комунікації з громадськістю	13	4	2	-	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 9. Лобіювання як форма комунікації та мистецтво впливу	10	2	1	-	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 10. Зв'язки з громадськістю в кризових умовах	11	2	1	-	-	8	-	-	-	-	-	-
Разом за розділом 2	60	16	8	-	-	36	-	-	-	-	-	-
<i>Усього годин</i>	<i>120</i>	<i>32</i>	<i>16</i>	-	-	<i>72</i>	-	-	-	-	-	-

4. Теми семінарських (практичних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз) як галузь наукового знання	1
2	Історія виникнення та розвитку зв'язків з громадськістю	1
3	Теорія комунікації – наукова основа зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах	2
4	Громадськість як суб'єкт комунікації в міжнародних відносинах	2
5	Організація діяльності системи зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах	2
6	Дослідницька діяльність служби зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах	2
7	Стратегічне планування та оцінка міжнародної ПР-діяльності	2
8	Паблісити як засіб комунікації з громадськістю	2
9	Лобіювання як форма комунікації та мистецтво впливу	1
10	Зв'язки з громадськістю в кризових умовах	1
	Разом	16

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	Зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз) як галузь наукового знання. <i>Завдання:</i> поглибити знання зі сутності зв'язки з громадськістю, їх ролі та функцій. Розглянути питання щодо відмінності функцій ПР і маркетингу. Підготуватися до обговорення ситуаційних завдань та кейсів.	7
2	Історія виникнення та розвитку зав'язків з громадськістю. <i>Завдання:</i> поглибити знання з історії виникнення та розвитку зав'язків з громадськістю, самостійно систематизувати основні відмінності сучасного стану системи зв'язків з громадськістю за кордоном та в Україні. Підготуватися до ділової гри «Основні етапи виникнення та розвитку системи зв'язків з громадськістю», обговорення проблемних питань теми.	8
3	Теорія комунікації – наукова основа зав'язків з громадськістю в міжнародних відносинах. <i>Завдання:</i> розглянути систему суспільних відносин та структуру соціальних комунікацій в міжнародних відносинах, значення для комунікації організації простору та часу комунікаційного процесу. Підготовка до круглого столу «Особливості міжособистісної комунікації».	7
4	Громадськість як суб'єкт комунікації в міжнародних відносинах	7

	<i>Завдання:</i> проаналізувати різні характеристики колективної та громадської думки, визначити особливості впливу на різні типи громадськості. Провести сегментацію з метою виявлення цільової аудиторії будь-якої організації (компанії, на вибір) на міжнародному ринку.	
5	Організація діяльності системи зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах. <i>Завдання:</i> розглянути основні організаційні форми діяльності системи зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах. Проаналізувати спільне та відмінне в роботі служб ПР державних установ та політичних партій у період передвиборної кампанії у різних країнах світу (на вибір), презентувати результати.	7
6	Дослідницька діяльність служби зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах. <i>Завдання:</i> ознайомитися з методами та видами досліджень у галузі ПР. Провести дослідження щодо визначення рівня довіри контактних аудиторій до обраної ТНК. Підготувати в командах результати дослідження.	7
7	Стратегічне планування та оцінка міжнародної ПР-діяльності. <i>Завдання:</i> розглянути принципи організації та алгоритм розробки ПР-програми. Скласти поетапний план організації ПР-кампанії на певну соціальну значущу тему з описом кожного з етапів, презентувати результати в малих групах.	7
8	Пабліситі як засіб комунікації з громадськістю. <i>Завдання:</i> вивчити загальні правила підготовки письмових текстів при проведенні ПР-кампаній. Підготувати прес-реліз.	7
9	Лобіювання як форма комунікації та мистецтво впливу. <i>Завдання:</i> розглянути сутність лобізму та його місце в комунікаційному процесі, визначити методи та прийоми лобізму. Підготуватися до обговорення ситуаційних завдань та кейсів.	7
10	Зв'язки з громадськістю в кризових умовах. <i>Завдання:</i> визначити принципи організації комунікацій з громадськістю у кризових умовах. Підготуватися до круглого столу «Пріоритетні напрями зв'язків з громадськістю в умовах кризи».	8
	Разом	72

6. Індивідуальні завдання

Індивідуальне завдання програмою не передбачено.

7. Методи навчання

Відповідність методів навчання та форм оцінювання визначеним результатам навчання за ОПП віддзеркалює табл. 7.1

Таблиця 7.1

Методи навчання та засоби діагностики результатів навчання за освітньою компонентою «Зв'язки з громадськістю в міжнародних відносинах»

Шифр ПРН (відповідно до ОНП)	Результати навчання (відповідно до ОПП)	Методи навчання	Засоби діагностики /форми оцінювання
ПРН 2	знання про природу та механізми міжнародних	Лекція; пошук джерел інформації (критичний	Оцінювання усних відповідей на практичних

	комунікацій;	аналіз, інтерпретація), індуктивний, дедуктивний, репродуктивний методи, проблемного виконання.	заняттях, тестових завдань, екзаменаційна робота
ПРН 8	знання основ ведення фахових дискусій із проблем міжнародних відносин, зовнішньої політики та міжнародних комунікацій;	Лекція, виконання творчих завдань у командах, аналіз отриманих результатів, робота з первинними та вторинними даними	Оцінювання результатів дослідження на практичних заняттях; виконання творчих завдань, екзаменаційна робота
ПРН 12	проводити самостійні дослідження проблем міжнародних відносин із використанням наукових теорій та концепцій, наукових методів та міждисциплінарних підходів;	Лекція, виконання творчих завдань у командах, аналіз отриманих результатів, робота з первинними та вторинними даними, презентація результатів досліджень	Оцінювання результатів дослідження на практичних заняттях; розв'язування аналітичних завдань, виконання творчих завдань, екзаменаційна робота
ПРН 16	володіти основами ведення фахових дискусій із проблем міжнародних відносин, зовнішньої політики та міжнародних комунікацій;	Лекція, виконання творчих завдань у командах, аналіз отриманих результатів, робота з первинними та вторинними даними	Оцінювання результатів дослідження на практичних заняттях; виконання творчих завдань, екзаменаційна робота
ПРН 20	здійснювати діяльність у дипломатичній та інших суміжних до міжнародного співробітництва сферах;	Лекція, робота з первинними та вторинними даними, презентація результатів досліджень	Оцінювання результатів дослідження на практичних заняттях; розв'язування аналітичних завдань, екзаменаційна робота
ПРН 21	здійснювати самостійні індивідуальні та групові дослідження в сфері міжнародних відносин, зовнішньої політики, регіоналістики та міжнародних комунікацій, готувати та оприлюднювати звіти про результати досліджень;	Лекція, виконання досліджень індивідуальних та у командах, аналіз отриманих результатів, робота з первинними та вторинними даними, презентація результатів досліджень	Оцінювання результатів дослідження на практичних заняттях; розв'язування аналітичних завдань, екзаменаційна робота
ПРН 22	виконувати професійний усний та письмовий переклад з/на іноземну мову, зокрема, з фахової тематики міжнародного співробітництва, зовнішньої політики, міжнародних комунікацій, дво- та багатосторонніх міжнародних проектів;	Лекція, виконання творчих завдань у командах, аналіз отриманих результатів, робота з первинними та вторинними даними, презентація результатів досліджень	Оцінювання результатів дослідження на практичних заняттях; розв'язування аналітичних завдань, виконання творчих завдань, екзаменаційна робота
ПРН 23	вести ділові бесіди у сфері міжнародних відносин і зовнішньої політики;	Лекція, виконання творчих завдань у командах, аналіз отриманих результатів, презентація результатів досліджень	Розв'язування аналітичних завдань, виконання творчих завдань, екзаменаційна робота
ПРН 24	брати участь у фахових дискусіях із проблем міжнародних відносин, зовнішньої політики та міжнародних комунікацій, поважати точку зору опонентів;	Лекція, виконання творчих завдань у командах, аналіз отриманих результатів, презентація результатів досліджень	Розв'язування аналітичних завдань, виконання творчих завдань, екзаменаційна робота
ПРН 27	використовувати основні	Лекція, виконання творчих	Оцінювання результатів

	форми і засоби масової комунікації, методи та технології зв'язків з громадськістю в міжнародних відносинах;	завдань у командах, аналіз отриманих результатів, робота з первинними та вторинними даними, презентація результатів досліджень	дослідження на практичних заняттях; розв'язування аналітичних завдань, виконання творчих завдань, екзаменаційна робота
ПРН 28	забезпечувати діяльність прес-служб зовнішньополітичних відомств;	Лекція, виконання творчих завдань у командах, робота з первинними та вторинними даними, презентація результатів досліджень	Оцінювання результатів дослідження на практичних заняттях; розв'язування аналітичних завдань, виконання творчих завдань, екзаменаційна робота
ПРН 30	застосовувати основні методи та засоби міжнародної комунікації та організації інформаційних кампаній.	Лекція, виконання творчих завдань у командах, аналіз отриманих результатів, робота з первинними та вторинними даними, презентація результатів досліджень	Оцінювання результатів дослідження на практичних заняттях; розв'язування аналітичних завдань, виконання творчих завдань, екзаменаційна робота

Замість виконання завдань (вивчення тем) можуть також додатково враховуватись такі види активностей здобувача:

- проходження тренінг-курсів чи дистанційних курсів з використання сучасних освітніх технологій на платформах Prometheus тощо (за наявності відповідного документу про їх закінчення, надання копії викладачу);
- участь в майстер-класах, форумах, конференціях, семінарах, зустрічах з проблем використання сучасних освітніх технологій (з підготовкою есе, інформаційного повідомлення тощо, що підтверджено навчальною програмою заходу чи відповідним сертифікатом);
- участь у науково-дослідних та прикладних дослідженнях з проблем використання сучасних освітніх технологій (в розробці анкетних форм, проведенні опитувань, підготовці та проведенні фокус-груп, обробці результатів дослідження, підготовці звіту, презентації результатів тощо, що підтверджується демонстрацією відповідних матеріалів).

8. Методи контролю

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

Поточний контроль і оцінювання результатів навчання передбачає виставлення оцінок за всіма формами проведення занять:

- контроль та оцінювання активності роботи здобувача під час лекційних та практичних занять (групова дискусія, тренінгові завдання);
- контроль та оцінювання якості підготовки та розробки проєктних завдань в ході індивідуально / командної роботи студентів;
- контроль засвоєння теоретичного та практичного матеріалу (у вигляді тестування);
- контроль та оцінювання вмінь вирішувати аналітичні та інші завдання;
- контроль та оцінювання вмінь проводити дослідження та презентувати із застосуванням сучасних інформаційних технологій;
- оцінювання вмінь та навичок збирати та оброблювати дані.

При вивченні кожного розділу проводиться поточний контроль. На практичному занятті здобувач може отримати від 1 до 6 балів. Максимальна сума балів за поточним контролем на лекційних та практичних заняттях складає **60 балів**.

Підсумковий контроль засвоєння розділів здійснюється по їх завершенню на основі проведення екзамену. Завданням контролю є оцінювання знань, умінь та практичних навичок здобувачів, набутих під час вивчення зазначених тем.

Кожен з білетів містить 3 теоретичні питання. Максимальна кількість балів, яка може бути нарахована за перше та друге теоретичне питання, дорівнює 13 балів, за третє – 14 балів. Загальна кількість балів за успішне виконання екзаменаційних завдань – 40. Час виконання – до 80 хвилин

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

У разі настання / подовження дії **обставин непоборної сили** (в тому числі запровадження жорстких карантинних обмежень в умовах пандемії з заборонаю відвідування ЗВО) здобувачам вищої освіти денної форми навчання надається можливість скласти **екзамен в тестовій формі** (білет містить 40 тестових завдань, здобувач одержує 1 бал за кожну вірну відповідь) **дистанційно на платформі Moodle** в дистанційному курсі «Зв'язки з громадськістю в міжнародних відносинах», режим доступу: <https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3860>.

Таблиця 8.1

Критерії та методи оцінювання

Методи	Критерії оцінювання	Система оцінювання, бали
Робота над аналітичними завданнями, індивідуальними завданнями	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій відповіді на запитання продемонстрував систематизовані, глибокі знання програмного матеріалу (може припуститися окремої неточності), вміє грамотно інтерпретувати одержані результати; продемонстрував знання фахової літератури, передбачені на рівні творчого використання	5-6
	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій відповіді на запитання продемонстрував повне знання програмного матеріалу, передбачене на рівні аналогічного відтворення, але припустився окремих несуттєвих помилок	3-4
	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій відповіді на запитання продемонстрував неповне знання програмного матеріалу, передбачене на рівні аналогічного відтворення, припустився суттєвих помилок	1-2
Робота над проєктними завданнями, командними роботами тощо	виставляється здобувачу вищої освіти, який досяг цілей завдання, виконав ефективно роль ділової гри тощо, продемонстрував здатність застосовувати знання на практиці, обґрунтовувати власну думку, може припуститися окремої помилки.	5-6
	виставляється здобувачу вищої освіти, який частково досяг цілей завдання, виконав роль ділової гри тощо, продемонстрував здатність застосовувати знання на практиці, обґрунтовувати власну думку, проте припускався певних помилок	3-4
	виставляється здобувачу вищої освіти, який не досяг цілей завдання, частково виконав роль ділової гри тощо, не зміг застосувати знання на практиці, обґрунтувати власну думку	1-2
За теоретичне питання екзаменаційного білету	здобувач цілком і всебічно розкрив сутність питання, вільно оперує поняттями і термінологією, демонструє глибокі знання джерел, має власну точку зору стосовно відповідних питань і може аргументовано її доводити.	11-14
	здобувач розкрив сутність питання, вільно оперує поняттями і термінологією, але спостерігаються деякі упущення при відповідях на питання та неточні обґрунтування.	7-10
	здобувач розкрив питання у загальних рисах, розуміє їхню сутність, намагається робити висновки, але слабо орієнтується в джерелах, припускається помилок, матеріал викладає нелогічно.	4-6
	здобувач не розкрив питання навіть у загальних рисах, не розуміє його сутності, не орієнтується в джерелах, припускається грубих помилок, матеріал викладає нелогічно.	0-3

9. Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання										Разом	Екзамен	Сума
Розділ 1					Розділ 2							
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10			
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	60	40	100

T1, T2 ... – теми розділів.

Максимальна кількість набраних балів з дисципліни складає **100 балів**.

Оцінювання здійснюється відповідно до шкали ЗВО.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70-89	добре	
50-69	задовільно	
1-49	незадовільно	не зараховано

10. Рекомендована література

Основна література

1. Чернишова Л.О. Дистанційний курс «Зв'язки з громадськістю в міжнародних відносинах». URL: <https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3860>.
2. Балабанова Л.В., Савельєва К.В. Паблік рілейшнз: Навч. посіб. Київ: «Видавничий дім «Професіонал», 2015. 528 с.
3. Вылегжанин Д. А. Теория и практика публик рилейшнз. Москва: Изд-во Флинта, МПСИ, 2016. 376 с.
4. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник. Київ : Кондор, 2016. 246 с.
5. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз: Навч. посіб. 3-є вид. виправлене і доп. Київ: «Знання»; КОО, 2017. 327 с.
6. Примак Т.О. ПР для менеджерів і маркетологів: навч. посіб. Київ: «Центр учбової літератури», 2013. – 202 с.
7. Ромат Є. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навчальний посібник. Київ, 2016. 284 с.
8. Шевченко О.В. Основи ПР-практики (прикладний аспект): посібник. Київ: Центр вільної преси, 2016. 157 с.

Допоміжна література

1. Чернишова Л.О., Новікова Л.В. Світовий ринок інформаційно-комунікаційних технологій: тенденції та перспективи розвитку. *Підприємництво та інновації*. Випуск 16. 2021. С. 15-19
2. Чернишова Л.О., Козуб В.О. Вплив зарубіжного досвіду на формування вітчизняної моделі соціально-відповідального бізнесу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове*

господарство» : зб. наук. пр. - Ужгород : ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2019. Вип. 25, Ч. 1. С. 121-125.

3. Новікова Л.В., Чернишова Л.О. Формування позитивного міжнародного іміджу країни як засобу посилення конкурентоспроможності. *Бізнес Інформ*. 2017. № 11. С.30-35.

4. Барна Н.В. Іміджеологія: Навч. посіб. Для дистанційного навчання. Київ: Університет «Україна», 2014. 217 с.

5. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз) в економічній діяльності: Навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2012. 275 с.

6. Бочаров М. История публік рилейшнз. Нравы, бизнес. Наука. Москва: РИП-Холдинг, 2014. 354 с.

7. Буторіна В.Б. Іміджеологія і ПР підприємств туристичної галузі : навчально-методичний посібник. Кам'янець-Подільський: ПП «Медобори-2006», 2015. 112 с.

8. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 3-тє вид. доп. і перероб. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2013. 831 с.

9. Куліш А.П. Практика ПР «по-українському». Київ: АДЕФ–Україна, 2015. 335 с.

10. Маркетинг ПР и рекламы / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенков, В. В. Синяев. Москва: Изд-во «Юнити-Дана», 2015. 496 с.

11. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2012. 431 с.

12. Примак Т. О. Паблік рілейшнз у бізнесі: Навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2012. 176 с.

13. Dennis L. Wilcox and Glen T. Cameron Public Relations: Strategies and Tactics (10th Edition). Pearson, 2015. 624 p.

14. Edward Bernays and Stuart Ewen Crystallizing Public Opinion - Ig Publishing, 2012. 216 p.

15. Thomas Bivins Public Relations Writing: The Essentials of Style and Format - McGraw-Hill Humanities, 2013. 416p.

16. David Meerman Scott The New Rules of Marketing & PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly Paperback - Wiley, 2013. 464 p.

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

1. http://www.event_market.ru - спеціалізований інформаційний портал, присвячений організації спеціальних заходів

2. <http://www.vd.net.ua/> - Український діловий журнал "Власть денег "

3. <http://www.publicity.kiev.ua/> - спеціалізований ресурс з ПР і інших комунікацій.

4. <http://www.4p.ru/> - ресурс про маркетинг і пов'язаних з ним сферах

5. <http://www.r2b.ru/> - Інформаційно-аналітичне агентство, що спеціалізується в області високих технологій

6. <http://adme.ru> - щоденне галузеве інтернет-видання про ринок реклами, маркетингу, ПР.

7. <http://www.ПРweek.com/> - Онлайн-версія одного з найбільших видань про ПР.

8. <http://www.ПР-dialog.ru/> - Санкт-Петербурзьке видання, що прагне завоювати популярність серед професіоналів.

9. <http://www.sostav.ru> - спеціалізований ресурс, що містить розгорнуту інформацію про різні сегменти ринку реклами й ПР.

10. <http://www.advi.ru/> - Електронна версія журналу для практиків реклами й маркетингу "Рекламні Ідеї/Yes"

11. <http://gtmarket.ru> – інформаційний портал по ПР, рекламі, маркетингу

12. <http://www.sovetnik.ru> - Щомісячний професійний журнал про зв'язки із громадськістю й ринку ПР.
13. <http://www.PPschik.kiev.ua/> - Український сайт про ПР, маркетингу й рекламі
14. <http://PPopel.ru/> - інформація про рекламу на телебаченні й радіо, зовнішній рекламі, рекламі в інтернет і інші види реклами.
15. <http://www.PP-center.org.ua/> - веб-ресурс для недержавних організацій, які цікавляться питаннями просування своїх інституцій за допомогою комунікативних технологій
16. <http://www.marketing.web-standart.net/> - Журнал про маркетинг, рекламу й ПР
17. <http://www.piar.kiev.ua/> - Асоціація політичних консультантів України
18. <http://www.mm.com.ua/> - Marketing Mix - електронний журнал.
19. <http://www.management.com.ua/> - Менеджмент: методологія й практика
20. <http://www.piar.ru/> - електронний Пр-дайджест
21. <http://www.PPonline.ru/> - спеціалізований портал по ПР
22. www.PPweekuk.com - PP Week
23. www.PPnewswire.com - PP Newswire
24. www.ragan.com - Journal of Employee Communications Management
25. www.PPandmarketing.com - Спільний проект PP News, Interactive PP & Marketing News і декількох інших ведучих видань
26. www.PPessclub.host.ru - Міжнародний прес-клуб
27. www.PP-liga.org.ua - офіційний сайт ВГО «Українська ліга зі зв'язків із громадськістю»
28. www.PP.com.ua - офіційний сайт Української Асоціації зі зв'язків з громадськістю

12. 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 (<https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3860>) проводяться практичні (семінарські), індивідуальні заняття та консультації, контроль самостійної роботи;
- аудиторно (за затвердженим розкладом занять) проводяться 30% практичних та семінарських занять у навчальних групах кількістю до 20 осіб з урахуванням відповідних санітарних і протиепідемічних заходів.

13. Перелік питань до екзамену

1. Зв'язки з громадськістю як сфера практично-прикладної діяльності.
2. Зв'язки з громадськістю як частина інших наук.
3. Зв'язки з громадськістю як самостійна, автономна наукова галузь.
4. Паблік рілейшнз, маркетинг, реклама, пропаганда: спільне та відмінне.
5. Функції та ролі паблік рілейшнз.
6. Передісторія паблік рілейшнз.
7. Основні елементи майбутньої системи паблік рілейшнз в історії суспільства
8. Передумови виникнення системи зв'язків з громадськістю.
9. Основні етапи виникнення та розвитку ПР. Сучасний стан системи зв'язків з громадськістю за кордоном та в Україні.
10. Суспільні відносини та соціальна комунікація.
11. Структура комунікації.

12. Форми соціальної комунікації.
13. Комунікативний простір, його основні складові й параметри.
14. Специфіка суспільних відносин.
15. Функції соціальної комунікації.
16. Суб'єкти комунікації. Різновиди комунікаторів.
17. Етапи розвитку соціальної комунікації.
18. Моделі комунікації.
19. Особливості міжособистісної, групової комунікації.
20. Характерні ознаки масової комунікації.
21. Громадськість: поняття, структура, типологія.
22. Проблема виявлення «своїх» громадськості.
23. Правові основи функціонування служб паблік рілейшнз.
24. Основні організаційні форми діяльності системи зв'язків з громадськістю.
25. Власна служба PR: організація роботи.
26. Місце служби зв'язків з громадськістю у структурі комунікаційного процесу.
27. Консультативна, змішана та індивідуальна форми роботи системи зв'язків з громадськістю.
28. Інформація в системі зв'язків з громадськістю.
29. Методи та види досліджень у галузі PR.
30. Основні напрямки дослідницької діяльності служб зв'язків з громадськістю.
31. Стратегічні спрямування PR-діяльності.
32. Позиціонування підприємства, торгової марки, особи.
33. Піднесення підприємства, торгової марки, особи.
34. Антиреклама, або зниження іміджу конкурентів.
35. Відмежування від конкурентів.
36. Методи оцінки результатів паблік рілейшнз.
37. Критерії оцінювання потенційних можливостей проведення PR-акцій.
38. Етапи і рівні оцінювання PR-програми.
39. PR-аудит: основні напрями дослідження.
40. Середня оцінка PR-активності підприємства.
41. Сутність, види та функції пабліситі.
42. Програма пабліситі: структура та особливості окремих розділів.
43. Прес-релізи як засіб розповсюдження новин, їх структура та особливості підготовки.
44. Сутність лобізму та його місце в комунікаційному процесі.
45. Лобістська діяльність: поняття, структура, організаційні форми.
46. Технологія та методи лобіювання.
47. Кризи та кризові ситуації, класифікація криз.
48. Основні завдання PR-служб у передкризовий період.
49. Пріоритетні напрями інформаційних кампаній в умовах кризи.
50. Схема розвитку подій у кризових ситуаціях.
51. Які соціальні інститути прагнули до найбільш активного розвитку зв'язків з громадськістю ще до виникнення PR, як сфери професійної діяльності?
52. Визначте можливі етапи розвитку PR у найближчі 20 років.
53. Чому, на вашу думку, найбільш популярним PR став у політичній сфері?
54. Які фактори суспільного життя обумовили виникнення PR, як практично-прикладної сфери діяльності?
55. Як між собою пов'язані суспільні відносини та соціальні комунікації?
56. Які види соціальної комунікації найчастіше застосовується для встановлення зв'язків з громадськістю?
57. Які комунікативні прийоми допомагають сприйняттю інформації в діалоговому спілкуванні?

58. Громадськість і населення – це тотожні або не тотожні поняття? Обґрунтуйте свою думку.
59. Які об'єктивні та суб'єктивні критерії можуть застосовуватися для сегментації ринку споживачів інформації?
60. Яка з організаційних форм діяльності в галузі ПР є найбільш ефективною? Чому?
61. У яких випадках варто проводити ПР-кампанію, спрямовану на позиціонування базового суб'єкта.
62. Які методи збирання первинної інформації доцільно застосовувати під час вивчення рівня задоволення громадськості системою інформування про справи певної фірми?
63. Яка специфіка зв'язків з громадськістю у виборчих кампаніях?
64. Що спільного та в чому розбіжності публіситі та реклами?
65. Чи може стати новиною подія, що сталася 20-30 років тому? В якому випадку? Як цю подію треба подати, щоб вона зацікавила громадськість?
66. У чому особливості зв'язків з громадськістю у фінансовій сфері? Чому деякі спеціалісти вважають, що ця сфера діяльності потребує зв'язків з громадськістю більше, ніж інші?
67. Які фактори можуть сприяти успішному веденню комунікацій з інвесторами? А які будуть перешкоджати цим комунікаціям?
68. Які об'єктивні фактори існування лобізму Ви можете визначити?
69. Які існують переваги та недоліки організованого та неорганізованого лобізму?
70. Науковці вважають, що важливим фактором успішної комунікації в кризових умовах виступають працівники організації. З чим це пов'язане?
71. Які перешкоди можуть виникнути на шляху комунікації між організацією та її аудиторією?
72. Поясніть, що робить повідомлення засобом інформаційного впливу. Визначить критерії ефективності інформаційного впливу в процесі ПР.
73. Визначте вплив стереотипів на результати інформаційного впливу в практиці зв'язків з громадськістю.
74. З'ясуйте відмінність ПР-діяльності в кризовому і звичайному режимі.
75. Як впливає на практику зв'язків з громадськістю відсутність єдиних і визнаних всіма суб'єктами політики правил гри в політичному процесі?