

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Кафедра журналістики та мовної комунікації



ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан гуманітарно-

педагогічного факультету

ІНСТИТУТУ НАСАВИЦЬКА

\_\_\_\_\_ 2022 р.

СХВАЛЕНО  
на засіданні кафедри журналістики  
та мовної комунікації,  
протокол № 11 від 25 травня 2022 р.  
Завідувач кафедри  
Везел Наталія КОСТРИЦЯ

РОЗГЛЯНУТО  
Гарант ОП «Журналістика»  
Марина Марина НАВАЛЬНА

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«Екологічний PR»

Спеціальність 061 – Журналістика  
Освітня програма – Журналістика  
Гуманітарно-педагогічний факультет  
Розробник – д-р філол. наук, проф. Навальна М.І.

Київ – 2022 р.

## 1. Опис навчальної дисципліни «Екологічний PR»

Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень		
Рівень вищої освіти	<i>Другий (магістерський)</i>	
Галузь знань	06 «Журналістика»	
Спеціальність	<i>061 – Журналістика</i>	
Освітня програма	<i>Журналістика</i>	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Вибіркова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)		
Форма контролю	<i>екзамен</i>	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	1	
Семестр	2	
Лекційні заняття	<i>30 год.</i>	<i>год.</i>
Практичні, семінарські заняття	<i>30 год.</i>	<i>год.</i>
Лабораторні заняття	<i>год.</i>	<i>год.</i>
Самостійна робота	<i>90 год.</i>	<i>год.</i>
Індивідуальні завдання	<i>год.</i>	<i>год.</i>
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	<i>4 год.</i>	

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** вивчення навчальної дисципліни «Екологічний піар» є надання здобувачам фаху знань про екологію, екологічний піар та розвинути екологічне мислення й практичні навички в підготовці авторських медіапроектів з екологічного піару.

Вивчення дисципліни передбачає виконання певних **завдань**:

допомогти студентам засвоїти основні терміни з екології та екологічного піару, зміцнити в здобувачах фаху розуміння ролі екології в сучасному світі. Під час практичних занять студенти виробляють навички в зборі інформації, підготовці матеріалів на тематику екологічного піару та відповідного оформлення з урахуванням виду медіа. Вивчення екологічного піару покликане сприяти аналітичному мисленню здобувачів фаху при аналізі рекламних матеріалів екологічного спрямування.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати**:

- засади визначення якості, об'єктивності та проблематичності медіа-матеріалів з екологічного піару;
- тенденції розвитку журналістики в Україні щодо екологічного піару та реклами;
- основні види та засоби екологічного піару;
- особливості презентації матеріалів на екологічну тематику;
- екологічну проблематику в центральних та регіональних ЗМІ в Україні;
- специфіку підготовки медіа-матеріалів з екологічного піару для різних видів ЗМІ: загальнонаціональна преса, спеціалізовані видання, телебачення, радіо, нові медіа.

**уміти**:

- здійснювати моніторинг засобів масової комунікації з екологічного піару;
- працювати з великими масивами інформації, щоб виявляти специфічний та тематичний медіа продукт з екологічного піару;
- аналізувати журналістські й інші матеріали екологічного змісту;
- узагальнювати тенденції розвитку екологічних рекламних текстів;
- вміти готувати матеріали з досліджуваної проблеми в організаціях, підприємствах та установах;
- вміти давати фахові коментарі з екологічного піару.

Набуття компетентностей:

**загальні компетентності (ЗК):**

**ЗК01.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

**ЗК02.** Здатність планувати час та управляти ним, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

**ЗК03.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність), виявляти ініціативу та підприємливість у сучасних умовах.

**ЗК05.** Вміти виявляти та вирішувати проблеми, діяти соціально відповідально та свідомо.

**ЗК06.** Здатність до пошуку, обробки та аналізу інформації з різних джерел.

**ЗК07.** Здатність розробляти проекти та управляти ними, приймати обґрунтовані рішення.

**ЗК08.** Здатність діяти відповідально з дотриманням правових, етичних засад професійної діяльності та з дотриманням безпекових засад для здоров'я та життя спільноти.

**ЗК09.** Здатність проявляти комунікаційні навички, здатність спілкуватися із представниками професійної спільноти та представниками інших професій.

**ЗК10.** Здатність використовувати інформаційні, цифрові та комунікаційні технології, фахово користуватися базами даних, професійно орієнтуватися в інформаційних потоках.

**ЗК11.** Здатність до планування подальшого автономного та самостійного навчання у сфері дослідницької та/або інноваційної діяльності.

**спеціальні (фахові, предметні) компетентності (ФК):**

**ФК01.** Уміння організовувати і проводити журналістську діяльність, розуміти принципи роботи масмедійних установ.

**ФК02.** Здатність критично осмислювати проблеми у професійній діяльності чи дослідницькій роботі на межі предметних галузей.

**ФК03.** Володіння навичками формування інформаційного контенту за різними напрямками журналістської діяльності та інших сферах.

**ФК04.** Спроможність просувати медійний продукт, аналізувати роль ринку споживачів та роль аудиторії для редакційного контенту, підтримувати загальні та фахові знання на сучасному рівні.

**ФК05.** Уміння застосовувати теорії масових комунікацій для розуміння, узагальнення і прогнозування явищ інформаційних впливів у дослідженні медіа аудиторії, текстів та інституцій.

**ФК07.** Оволодіння основними принципами теорії інтерпретації, необхідними для моделювання розуміння подій (тексту, масової аудиторії, конкретного співрозмовника).

**ФК08.** Здатність аналізу і прогнозування розвитку медіа культури як цілісного феномену, що передбачає опанування правових, етичних навичок у медіа, а також навичок критики медіа та медіаграмотності.

**ФК09.** Здатність виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми, що потребує оновлення та інтеграції знань, у тому числі в умовах недостатньої інформації та суперечливих вимог, здійснювати критичний аналіз медіа.

**ФК10.** Здатність приймати рішення у складних і непередбачуваних умовах дослідницької та/або інноваційної роботи, що потребує застосування нових підходів та прогнозування.

**ФК12.** Здатність до широкого висвітлення екологічних питань як глобального, так і регіонального значення, предметною галуззю якого є збір, аналіз і розповсюдження інформації, що стосується поточних подій, тенденцій і проблем пов'язаних з навколишнім середовищем, з яким постійно взаємодіє людина.

**ФК13.** Здатність до реалізації прав і свобод громадян та способів їх захисту у сфері медіаправа; розуміння основних законів, що стосуються роботи журналіста; здатність до розуміння базових понять правового захисту журналістів при підготовці матеріалів; видів правопорушень у сфері медіаправа і заходи юридичної відповідальності за їх вчинення.

**ФК14.** Здатність брати компетентну участь у фахових дискусіях щодо медійного процесу в Україні та світі, здатність виробляти індивідуальний аргументований критичний підхід, необхідний для здійснення медійної діяльності.

**ФК16.** Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців та нефаківців.

#### **програмні результати навчання:**

**ПРН02.** Знати спеціалізовані фахові конценції, набуті в процесі навчання, уміти ефективно планувати робочий час у фаховій на науковій діяльності.

**ПРН03.** Уміти формувати нові ідеї, здійснювати професійну діяльність в умовах оновлення та інтеграції, уміти формувати інформаційну та комунікативну стратегії в професійній діяльності.

**ПРН06.** Уміти розв'язувати складні завдання та проблеми, що виникають у професійній та дослідницькій діяльності, уміти відповідати за прийняття рішень.

**ПРН07.** Уміти фахово шукати, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел, застосовуючи новітні методи та засоби пошуку на інформаційному ринку, уміти оперативно оцінити важливість подій, збирати достовірну інформацію, свідчення експертів та фахівців, допомагати аудиторії зрозуміти дійсний стан речей.

**ПРН08.** Уміти генерувати нові проекти, уміти керувати ними, а також приймати ефективні управлінські рішення.

**ПРН09.** Уміти аналізувати і прогнозувати розвиток медіакультури як цілісного феномену, уміти в професійній діяльності дотримуватися етичних, правових норм, дбати про своє здоров'я та життя, а також про безпеку колег, партнерів тощо.

**ПРН10.** Знати тактики та стратегії спілкування, закони та способи комунікативної поведінки, міжособистісної взаємодії, уміти виявляти та застосовувати комунікативні навички, спілкуватися із представниками професійної спільноти та представниками інших професій, уміти приймати обґрунтовані рішення для забезпечення командної роботи.

**ПРН11.** Володіти всіма журналістським технологіями та професійним обладнанням на належному фаховому рівні, уміти створювати медіа продукт від початку до завершення виробничого процесу на різних медійних платформах.

**ПРН12.** Уміти співвідносити журналістську діяльність із суспільними інституціями, застосовувати знання та професійні інструменти на різних медійних ресурсах.

**ПРН14.** Уміння висвітлювати проблеми та закономірності взаємодії сучасного суспільства з навколишнього середовища, розуміння наукової і практичної специфіки екологічних явищ, нормативних рішень у сфері екологічної політики та діяльності екологічних організацій.

**ПРН15.** Уміти визначити суть правової проблеми у сфері інформаційних правовідносин; правильно застосовувати законодавство, що регулює суспільні відносини у галузі медіа права; уміти аргументовано висловити власну правову позицію з використанням посилань на нормативно-правові акти.

**ПРН17.** Здатність брати компетентну участь у фахових дискусіях щодо медійного процесу в Україні та світі, щодо наукової діяльності з позицій релевантної оцінки та достовірності результатів наукових досліджень в контексті дотримання принципів академічної доброчесності, здатність виробляти індивідуальний аргументований критичний підхід, необхідний для здійснення медійної та наукової діяльності.

Форма підсумкового контролю – **екзамен.**

### **3. ПРОГРАМА ТА СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ:**

– для повного терміну денної і заочної форми навчання.

#### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1**

##### **Екологічний піар як сфера діяльності**

**Тема 1.** Екологічний піар: визначення, основні поняття та завдання

Сучасна наука про довкілля та її значення в розвитку суспільства і природи. Екологія та паблік рилейшинз. Підрозділи екології. Завдання екологічної науки. Завдання паблік рилейшенз.

**Тема 2.** Використання «паблік рилейшинз» в екології, особливості екологічної реклами

Вплив піару та реклами на свідомість і поведінку людей. Соціальна екологічна реклама та суспільні цінності. Поєднання збереження та охорони навколишнього середовища. Інформування суспільства про екологічні проблеми. Формування певних норм поведінки, екологічної свідомості, зміни менталітету тощо.

**Тема 3.** Інструменти паблік рилейшинз

Екологічний звіт. Екологічне спонсорство. Робота референта з питань проблем навколишнього середовища. Інформація для співробітників. Робота з мешканцями населених пунктів – сусідами організації тощо.

**Тема 4.** Громадський та державний контроль у галузі екології

Положення про громадський контроль у галузі охорони навколишнього природного середовища. Безпосередня участь громадськості у справі покращення екологічної ситуації; попередження та виявлення порушень природоохоронного законодавства, ліквідації їх наслідків; екологічна просвіта, виховання та інформування широких верств населення через засоби масової інформації. Об'єкти громадського контролю: охорона і використання землі, її надр, водних ресурсів, атмосферного повітря, рослинного та тваринного світу, природних об'єктів і територій, що підлягають особливій охороні, сільських територій і міського середовища. Принципи громадського контролю: законності, гласності і демократизму, захисту екологічних прав громадян відповідно до Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища».

**Тема 5.** Просування екологічної ідеї. Екологічний маркетинг

Поняття екологічної ідеї. Екологічні ідеї в Україні та світі. Основні функції екологічного маркетингу: вивчення попиту на екологічно чисту продукцію, ціноутворення; реклама й стимулювання; планування екологічно чистих асортиментів, збуту й торговельних операцій; діяльність, пов'язана зі зберіганням і вибором екологічно чистого руху товарів, організацією екологічно безпечного обслуговування споживачів. Сутність і види екологічних проблем. Типи екологічного маркетингу. Методи та принципи екологічного маркетингу.

**Тема 6.** Особливості екологічних паблік рилейшинз

Формування екологічної політики як складової її стратегічного плану розвитку. Знайомство представників зовнішньої громадськості та персоналу з екологічною політикою фірми та практикою її реалізації. Ідентифікація екологічних проблем, пов'язаних з діяльністю підприємства. Оприлюднення екологічних проблем. Періодичне вивчення громадської думки та її формування щодо екологічних проблем.

**Тема 7.** Поняття про паблік сервіс

Види діяльності: рекламні агентства, державне управління загального характеру, види роздрібної торгівлі, діяльність інформаційних агентств, консультування з питань комерційної діяльності та управління, дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки

#### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2**

##### **Засоби екологічного піару та сфери використання**

**Тема 8.** Реклама як засіб просування екологічних товарів, послуг та ідей

Екологічна свідомість. Екологічна потреба. Екологічний інтерес. Екологічний товар. Екологічно безпечна продукція.

**Тема 9.** Функції інформаційно-комунікативних засобів і екологічний піар  
Громадянське суспільство, інформаційно-комунікативні засоби, влада, взаємодія, комунікація, співпраця, принципи, результативність екологічного піару.

**Тема 10.** Основні види екологічного піару в друкованих масмедіа та проблема її ефективності

Обсяг та тематика екологічного піару. Проблематика екологічного піару. Засоби ефективності екологічного піару. Специфіка підготовки матеріалів з екологічного піару. Проекти екологічного піару в друкованих масмедіа.

**Тема 11.** Екологічний піар в Інтернеті та соцмережах

Особливості екологічного піару в Інтернет та соціальних мережах. Співвідношення обсягу матеріалів екологічного піару та інших публікацій. Грінвошинг. Специфіка підготовки матеріалів з екологічного піару. Проекти екологічного піару в Інтернет та соціальних мережах.

**Тема 12.** Екологічний піар на радіо та телебаченні

Екологічна джинса на радіо та телебаченні. Замовники екологічних матеріалів та їхні виконавці. Специфіка підготовки матеріалів з екологічного піару. Проекти екологічного піару на радіо та телебаченні.

**Тема 13.** Соціальна реклама в тематиці екологічних проблем

Соціальна реклама як вид некомерційної реклами. Привернення уваги громадськості до екологічних проблем. Види соціальної реклами. Способи подачі соціальної реклами з екологічних проблем. Діяльність громадських екологічних організацій, об'єднань в Україні.

**Тема 14.** Екологізація підприємницької діяльності та бізнес-піар

Відтворення природних ресурсів шляхом вдосконалення технології. Організації матеріального виробництва, підвищення ефективності праці в екологічній сфері. Переваги екологізації підприємницької діяльності.

**Тема 15.** Екологічні проблеми в політичному піарі

Українська екологічна політика та трансформаційних змін. Нормативно-правові актах, які визначають засади природо-охоронної політики України. Спекуляція політиків на екологічному піарі.

## СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р		л	п	лаб	інд	с.р
1	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1</b>												
<b>Екологічний піар як сфера діяльності</b>												
<b>Тема 1.</b> Екологічний піар: визначення, основні поняття та завдання	10	2	2			6						
<b>Тема 2.</b> Використання «паблік рилейшнз» в екології, особливості екологічної реклами	10	2	2			6						
<b>Тема 3.</b> Інструменти паблік рилейшнз	10	2	2			6						
<b>Тема 4.</b> Громадський та державний контроль у галузі екології	10	2	2			6						
<b>Тема 5.</b> Просування екологічної ідеї. Екологічний маркетинг	10	2	2			6						
<b>Тема 6.</b> Особливості екологічних паблік рилейшнз	10	2	2			6						
<b>Тема 7.</b> Поняття про паблік сервіс	10	2	2			6						
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>70</b>	<b>14</b>	<b>14</b>			<b>42</b>						
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2</b>												
<b>Засоби екологічного піару та сфери використання</b>												
<b>Тема 8.</b> Реклама як засіб просування екологічних товарів, послуг та ідей	10	2	2			6						
<b>Тема 9.</b> Функції інформаційно-комунікативних засобів і екологічний піар	10	2	2			6						
<b>Тема 10.</b> Основні види екологічного піару в друкованих масмедіа та проблема її ефективності	10	2	2			6						
<b>Тема 11.</b> Екологічний піар в Інтернеті та соцмережах	10	2	2			6						
<b>Тема 12.</b> Екологічний піар на радіо та телебаченні	10	2	2			6						
<b>Тема 13.</b> Соціальна реклама в тематиці	10	2	2			6						



екологічних проблем												
<b>Тема 14.</b> Екологізація підприємницької діяльності та бізнес-піар	10	2	2			6						
<b>Тема 15.</b> Екологічні проблеми в політичному піарі	10	2	2			6						
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>80</b>	<b>16</b>	<b>16</b>			<b>48</b>						
<b>Разом годин</b>	<b>150</b>	<b>30</b>	<b>30</b>			<b>90</b>						

## 5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	<b>Тема 1.</b> Екологічний піар: визначення, основні поняття та завдання	2
2.	<b>Тема 2.</b> Використання «паблік рилейшнз» в екології, особливості екологічної реклами	2
3.	<b>Тема 3.</b> Інструменти паблік рилейшнз	2
4.	<b>Тема 4.</b> Громадський та державний контроль у галузі екології	2
5.	<b>Тема 5.</b> Просування екологічної ідеї. Екологічний маркетинг	2
6.	<b>Тема 6.</b> Особливості екологічних паблік рилейшнз	2
7.	<b>Тема 7.</b> Поняття про паблік сервіс	2
8.	<b>Тема 8.</b> Реклама як засіб просування екологічних товарів, послуг та ідей	2
9.	<b>Тема 9.</b> Функції інформаційно-комунікативних засобів і екологічний піар	2
10.	<b>Тема 10.</b> Основні види екологічного піару в друкованих масмедіа та проблема її ефективності	2
11.	<b>Тема 11.</b> Екологічний піар в Інтернеті та соцмережах	2
12.	<b>Тема 12.</b> Екологічний піар на радіо та телебаченні	2
13.	<b>Тема 13.</b> Соціальна реклама в тематиці екологічних проблем	2
14.	<b>Тема 14.</b> Екологізація підприємницької діяльності та бізнес-піар	2
15.	<b>Тема 15.</b> Екологічні проблеми в політичному піарі	2

## 6. Теми лабораторних занять (не передбачені навчальним планом)

### 7. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами

#### Контрольні питання

1. Види соціальної реклами.
2. Використання «паблік рилейшнз» в екології, особливості екологічної реклами.
3. Вплив піару та реклами на свідомість і поведінку людей.
4. Громадський та державний контроль у галузі екології.
5. Діяльність громадських екологічних організацій, об'єднань в Україні.
6. Екологізація підприємницької діяльності та бізнес-піар.
7. Екологічна джінса на радіо та телебаченні.
8. Екологічний маркетинг.
9. Екологічний піар в Інтернеті та соцмережах.
10. Екологічний піар на радіо та телебаченні.
11. Екологічний піар у період військових дій.
12. Екологічний піар: визначення, основні поняття та завдання
13. Екологічні проблеми в політичному піарі.
14. Екологія та паблік рилейшнз.
15. Завдання екологічної науки.
16. Замовники екологічних матеріалів та їхні виконавці.
17. Засоби ефективності екологічного піару.
18. Ідентифікація екологічних проблем, пов'язаних з діяльністю підприємства.

19. Інструменти паблік рилейшнз.
20. Інформування суспільства про екологічні проблеми.
21. Методи та принципи екологічного маркетингу.
22. Нормативно-правові актах, які визначають засади природо-охоронної політики України.
23. Об'єкти громадського контролю.
24. Оприлюднення екологічних проблем.
25. Організації матеріального виробництва, підвищення ефективності праці в екологічній сфері.
26. Основні види екологічного піару в друкованих масмедіа та проблема її ефективності.
27. Основні функції екологічного маркетингу.
28. Особливості екологічних паблік рилейшнз.
29. Переваги екологізації підприємницької діяльності.
30. Періодичне вивчення громадської думки та її формування щодо екологічних проблем.
31. Підрозділи екології.
32. Поєднання збереження та охорони навколишнього середовища.
33. Положення про громадський контроль у галузі охорони навколишнього природного середовища.
34. Поняття про паблік сервіс.
35. Привернення уваги громадськості до екологічних проблем.
36. Принципи громадського контролю: законності, гласності і демократизму, захисту екологічних прав громадян відповідно до Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища».
37. Проєкти екологічного піару в друкованих масмедіа.
38. Проєкти екологічного піару в Інтернет та соціальних мережах.
39. Проєкти екологічного піару на радіо та телебаченні.
40. Просування екологічної ідеї.
41. Реклама як засіб просування екологічних товарів, послуг та ідей.
42. Соціальна екологічна реклама та суспільні цінності.
43. Соціальна реклама в тематиці екологічних проблем.
44. Соціальна реклама як вид некомерційної реклами.
45. Спекуляція політиків на екологічному піарі.
46. Специфіка підготовки матеріалів з екологічного піару.
47. Способи подачі соціальної реклами з екологічних проблем.
48. Сутність і види екологічних проблем.
49. Сучасна наука про довкілля та її значення в розвитку суспільства і природи.
50. Типи екологічного маркетингу.
51. Українська екологічна політика та трансформаційних змін.
52. Формування екологічної політики як складової її стратегічного плану розвитку.
53. Формування певних норм поведінки, екологічної свідомості, зміни менталітету тощо.
54. Функції інформаційно-комунікативних засобів і екологічний піар.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ			
ОС «магістр» Спеціальність «Журналістика»	Кафедра журналістики та мовної комунікації	Екзаменаційний білет № 1 з дисципліни «Екологічний піар»	ЗАТВЕРДЖУЮ Завідувач кафедри  _____ Н.М.Костриця _____ 2022 р.
<b>Екзаменаційні питання</b>			
1. Екологізація підприємницької діяльності та бізнес-піар.			
2. Соціальна екологічна реклама та суспільні цінності.			
<b>Тестові завдання</b>			
1. Яка з функцій включає сукупні підходи і заходи з організації і проведення різних PR-кампаній? а) Організаційно-технологічна функція. б) Первинна. в) Вторинна. г) Правильної відповіді немає.			
2. Яким видатним ученим уперше було запропоновано термін «екосистема»? а) А. Тепслі. б) Н. Медіусом. в) В. Сукачовим. г) Є. Лобряпком.			
3. У яких сферах суспільства виконує свої функції система зв'язків з громадськістю? а) Економічній. б) Політичній та духовно-культурній. в) Соціальній г) Всі відповіді правильні.			
4. Які природні ресурси належать до вичерпних, але відновних? а) Рослинний і тваринний світ. б) Мінеральне паливо. в) Енергія сонця. г) Енергія вітру та води.			
5. Чи завжди виступає фірма (організація)-замовник в ролі ініціатора у встановленні зв'язків зі своєю (цільовою) аудиторією? а) Так, завжди. б) Ні. в) Частково. г) Немає правильної відповіді.			
6. До якого виду забруднення води належить забруднення мікроорганізмами? а) До хімічного. б) До фізичного. в) До теплового. г) До біологічного.			

<p>7. Що означає у практиці зв'язків з громадськістю «вплинути на громадську думку»?</p> <p>a) Переконати людей у тому, щоб змінити свою думку щодо проблеми.</p> <p>b) Посилити існуючу громадську думку.</p> <p>c) Кристалізувати думку, що остаточно не склалася.</p> <p>d) Всі відповіді правильні.</p>
<p>8. Як формується чинне природоохоронне законодавство?</p> <p>a) За ресурсною ознакою.</p> <p>b) За водними ресурсами.</p> <p>c) За лісовими ресурсами.</p> <p>d) За надровими ресурсами.</p>
<p>9. Вкажіть, які з нижче наведених положень є основними функціями громадської думки?</p> <p>a) Пізнавальна, світоглядна, виховна, прогноуюча.</p> <p>b) Ідеологічна, оцінююча, інформаційна, онтологічна.</p> <p>c) Інформаційна, аналітична, оцінююча, конструктивна.</p> <p>d) Релігійна, етична, практична, деконструктивна.</p>
<p>10. Що означає комплекс організаційних заходів, які дають змогу попереджати проникнення на ринок товарів і послуг екологічно небезпечного виробника?</p> <p>a) Обмеження на ринку.</p> <p>b) Знищення виробника.</p> <p>c) Економія ресурсів.</p> <p>d) Екологічна війна.</p>

### Тестові завдання з модульного контролю

#### 1. Що означає поняття «екологія»?

- 1) це наука про живі організми
- 2) це наука, що вивчає живу і неживу природу
- 3) це наука, що вивчає взаємодію організмів із навколишнім середовищем
- 4) це наука, що вивчає будову живих організмів та їх органи

#### 2. Що є об'єктом дослідження екології?

- 1) взаємодія тваринного світу та природи
- 2) природні та природно-антропогенні екосистеми
- 3) антропогенні екосистеми
- 4) правильної відповіді немає

#### 3. Функціонування екосистеми: як називають організовану групу популяцій рослин, тварин та мікроорганізмів, які мешкають спільно в одних і тих самих умовах середовища?

- 1) біотип
- 2) екосистема
- 3) бітоценоз
- 4) біоценоз

#### 4. Дайте визначення поняттю «громадська думка»?

- 1) консолідоване ставлення соціуму до найбільш значимих проблем, подій, фактів громадського життя, впливають на зміст і характер політичного процесу
- 2) рівень хаотичності інформаційної системи або її елементів
- 3) мистецтво, яке дозволяє входити в контакт з іншими людьми для досягнення поставлених цілей шляхом взаємодії суб'єктів соціальної діяльності

4) правильна відповідь відсутня

**5. Назвіть, які моделі впливу на населення застосовує демократичне суспільство?**

- 1) усвідомлення, узгодження
- 2) порівняння, впевненість
- 3) усвідомлення, узгодження, порівняння,
- 4) впевненість, переконання, задоволеність переконання, задоволеність

**6. Хто вперше використав поняття «public relations»?**

- 1) Олександр Гамільтон
- 2) Томас Джефферсон
- 3) Джордж Вашингтон
- 4) Джордж Буш

**7. Хто визначає «public relations» як «науку про управління громадською думкою»?**

- 1) Доктор Пекс Харлоу
- 2) Г. Почепцов
- 3) Альшина
- 4) немає правильної відповіді

**8. Що є «системою реальних зв'язків суб'єктів управління та суспільної діяльності з громадськістю»?**

- 1) принцип ПР
- 2) об'єкт ПР
- 3) закон ПР
- 4) мета ПР

**9. Які виділяють елементи системи зв'язків з громадськістю?**

- 1) організація (керівник, фірма, заклад), яка зацікавлена у зв'язках з громадськістю
- 2) дослідні організації і агенції зі зв'язків з громадськістю та ін.
- 3) канали збору, переробки інформації
- 4) всі відповіді правильні

**10. Укажіть, які з нижче наведених положень є основними функціями громадської думки?**

- 1) пізнавальна, світоглядна, виховна, прогноуюча
- 2) ідеологічна, оцінююча, інформаційна, онтологічна
- 3) інформаційна, аналітична, оцінююча, конструктивна
- 4) релігійна, етична, практична, деконструктивна

## **8. МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

Використання методів навчання в процесі викладання навчальної дисципліни «Екологічний піар» зумовлено метою та завданнями програми.

Під час викладання навчальної дисципліни «Екологічний піар» використовують такі методи навчання, як: словесні (розповідь, пояснення, навчальна дискусія, лекційний метод), практичні (завдання, практична робота, створення та показ презентацій, самопрезентацій, колективне обговорення проблем, студентські наукові конференції, захист творчих проєктів), наочні (ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження).

## 9. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Методи контролю забезпечують одержання зворотної інформації про зміст, характер і досягнення в навчально-пізнавальній діяльності студентів і про ефективність праці викладача. Під час викладання навчальної дисципліни «Екологічний піар» застосовують такі методи (усне та письмове опитування), проміжної атестації у межах кожного модуля (тестуванням за усіма темами модуля), підсумкового контролю (екзамен).

## 10. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання студента відбувається згідно з положенням «Про екзамени та заліки у НУБІП України» від 27.12.2019 р. (зі змінами від 03.03.2021 р.), табл.1.

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання	
<b>90 – 100</b>	<b>Відмінно</b>	<b>Зараховано</b>
<b>74 – 89</b>	<b>Добре</b>	
<b>60 – 73</b>	<b>Задовільно</b>	
<b>0 – 59</b>	<b>Незадовільно</b>	<b>Не зараховано</b>

Для визначення рейтингу студента із засвоєння дисципліни  $R_{\text{дис}}$  (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента з навчальної роботи  $R_{\text{нр}}$  (до 70 балів):

$$R_{\text{дис}} = R_{\text{нр}} + R_{\text{ат}}$$

## 11. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Навчальний план підготовки магістра 061 «Журналістика».
2. Підручники та навчальні посібники.
3. Плани лекційних і практичних занять.
4. Інструктивно-методичні матеріали до практичних занять.
5. Семестрові завдання для самостійної роботи студентів із навчальної дисципліни.
6. Матеріали поточного та підсумкового контролю (контрольні завдання до практичних занять; завдання на модульні контрольні роботи для перевірки рівня засвоєння студентами навчального матеріалу).
7. Методичні матеріали щодо виконання контрольних робіт для заочної форми навчання.
8. Перелік питань до заліку. Екзаменаційні білети.

## 12. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна

1. Бабець І. Г. Сталий розвиток і безпека регіону: навч. посіб. Львів: ЛДУВС, 2015. 267 с.
2. Балабанова Л. В., Савельєва К. В. Зв'язки з громадськістю: навч. посіб. Донецьк. ДонДУЕТ, 2007. 394 с.

3. Вежель, Л. М. Основи зв'язків із громадськістю: навч. посібник; МОН України, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.
4. Гончаренко Н. В. Екологічний аудит: навч. посіб. Київ: Освіта України, 2014. 491 с.
5. Горун М. В., Пиріг Г. І., Файфура В. В., Федірко М.М. Екологія: навчальний посібник. Тернопіль: 2019. 156 с. [URL:http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/38135](http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/38135)
6. Екологія міста / За ред. Стольберга Ф. В.: Підручник. Київ: Лібра, 2000. 464 с.
7. Економіка довкілля і природних ресурсів: монографія / Ю.В. Дзядикевич та ін. Тернопіль: Астон, 2016. 392с. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/21952/1/Monografiya.pdf>
8. Закон України "Про відходи" URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/187/98-%D0%B2%D1%80#Text>
9. Закон України "Про екологічний аудит". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/1862-15>
10. Закон України "Про екологічну мережу України» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1864-15>
9. Закон України "Про охорону навколишнього природного середовища". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12>
11. Земельний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2768-14,561-12>
12. Зіновчук Н. В., Рашенко А. В. Екологічний маркетинг: навч. посіб. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 188 с.
13. Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 432 с.
14. Конвенція про доступ до інформації, участь громадськості в процесі прийняття рішень та доступ до правосуддя з питань, що стосуються довкілля. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_015](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_015)
15. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254-%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
16. Кримінальний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text>
17. Лико Д. В., Лико С. М., Портухай О. І. Екологія: навчальний посібник. Херсон: Олді-плюс, 2016. 304 с.
18. Лісовий кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/3852-12>
19. Мойсеев В. А. Паблік рилейшнз: навч. посіб. Київ: Академвидав, 2007. 224 с.
20. Основи екології. Екологічна економіка та управління природокористуванням: підручник / за заг. ред. Мельника Л. Г. Суми: Унів. кн., 2016. 759 с.
21. Податковий Кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#T>
22. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навч. посіб. Київ: Знання, 2008. 506 с. 29.
23. Резнікова Н. В. Глобальні екологічні проблеми в сучасному світі. Екологічна детермінанта міжнародних економічних відносин: навч. посіб. Київ: Вістка, 2016. 215 с.
24. Ромат, Є. В., Бучацька І. О., Дубовик Т. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навч. посібник; Київський національний торговельно-економічний університет. Київ, 2016. 284 с.
25. Сівак В. К., Солодкий В. Д., Ющенко Ю. С. Екологічна безпека територій та акваторій : навчальний посібник. Чернівці: Рута, 2014. 247 с.
26. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посіб. Київ : МАУП, 2007. 104 с.
27. Солдатенко І. О., Нетецька Т. М. «Паблік рилейшнзу бізнесі». «Зв'язки з громадськістю у бізнесі»: навч. посіб. Харків: НТУ «ХП», 2009. 112 с.
28. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю: навч. посіб. Київ: НМЦВО, 2001. 560 с.
29. Удалов І. В., Решетов І. К. Еколого-геологічне картографування та моніторинг геологічного середовища. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2012. 149 с.



30. Холод О. М. Комунікаційні технології: підручник. Київ: КиМУ, 2012. 263 с.
31. Царик Т. Є., Файфура В. В. Основи екології. Тернопіль, 2003. 208 с.
32. Шелудченко Б. А. Надзвичайні ситуації природного та антропогенного характеру. Кам'янець-Подільський: ТОВ "Каліграф", 2010. 150 с.
33. Шмандій В. М., Клименко М.О., Голік Ю. С., Прищепка А. М. Екологічна безпека: підручник. Херсон: Олді-плюс, 2013. 364 с.

#### **Додаткова**

1. Арбузова Ю. В., Ротань Н. В. Формування позитивного іміджу навчального закладу. *Інформаційні технології в науці та виробництві*. 2014. № 2 (7). С. 273-280.
2. Берегова О. М. Сучасні комунікації в культурі України: навч. посіб. Київ: НМАУ ім. П. І. Чайковського. 2006. 178 с.
3. Балинський І. О. Українські політичні Інтернет-комунікації у світовому контексті : дис. на здоб. наук. ступ. канд. наук із соц. ком.: 27.00.06. Київ, 2009. 201 с.
4. Башук А. І. Зв'язки з громадськістю: підходи до розуміння терміна. *Наукові записки Інституту журналістики*: наук.зб. Київ, 2009. №. 35. С. 153-158.
5. Примак, Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 202 с.
6. Курбан, О. В. PR у маркетингових комунікаціях: навч. посібник. Київ: Кондор, 2016. 246 с.
7. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Київ: Просвіта, 2008. 260 с.
8. Березенко В. В. Наукове осмислення феномену PR як соціально комунікаційної діяльності в Україні: автореф. дис. на здоб. наук. ступ. д-ра наук із соц. ком.: 27.00.01. Київ, 2014. 32 с.
9. Бурдак І. Г., Валентієва О. В., Чиньонова О. В. Реалізація місії компанії за допомогою PR-стратегії. *Держава та регіони*. 2008. № 2. С. 19-22.
10. Демченко С. В. Масова комунікація у процесі розбудови громадянського суспільства: історія, теорія, українські реалії : автореф. дис. на здоб. наук. ступ. д-ра наук із соц. ком. : 27.00.01. Київ, 2011. 34 с.
11. Зацерківна М. О. Вивчення зв'язків з громадськістю як виду діяльності та функції управління: методологічний аспект. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2018. Вип. 52. С. 160–168.
12. Почепцов Г. Г. Медиа: теория массовых коммуникаций. Киев: Альтерпресс, 2008. 399 с.

#### **Інформаційні ресурси**

1. «Public relations в Україні». Матеріали сайту. URL: <http://123pr.kiev.ua/>
2. «Все о PR» матеріали сайту. URL: <http://propr.com.ua/>
3. «Ефективні комунікації»: бібліотека проекту. <http://pr-center.org.ua/bibl.php>
4. «Международный пресс-клуб»: бібліотека сайту агентства. URL: [http://pr-club.com/PR\\_Lib/](http://pr-club.com/PR_Lib/)
5. «Українська ліга зв'язків із громадськістю»: матеріали сайту. URL: <http://pr-liga.org.ua/about/>