

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра журналістики та мовної комунікації

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан гуманітарно-педагогічного
факультету

Інна САВИЦЬКА
_____ 2024р.



РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО

на засіданні кафедри
журналістики та
мовної комунікації
протокол № 9 від «08» квітня 2024 р.

В. о. завідувача кафедри
Марина НАВАЛЬНА

”РОЗГЛЯНУТО ”

Гарант ОП «Журналістика»
професор кафедри журналістики
та мовної комунікації
Світлана ХАРЧЕНКО

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ПОЛІТИЧНИЙ ПІАР**

Галузь знань 06 Журналістика
Спеціальність 061 «Журналістика»
Освітня програма «Журналістика»
Факультет гуманітарно-педагогічний
Розробник: д. філол. н., проф. Степаненко М.І.

Київ – 2024

Політичний піар

(назва)

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	<i>Бакалавр</i>	
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>залік</i>	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм здобуття вищої освіти		
	денна форма здобуття вищої освіти	заочна форма здобуття вищої освіти
Рік підготовки (курс)	1	
Семестр	7	
Лекційні заняття	<i>15 год.</i>	
Практичні, семінарські заняття	<i>30 год.</i>	
Лабораторні заняття	<i>год.</i>	
Самостійна робота	<i>105 год.</i>	
Індивідуальні завдання	<i>год.</i>	
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	<i>3 год.</i>	

1. Мета, завдання, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Мета: вивчення сучасних засадничих принципів діяльності PR-структур, методики, методології та ефективного інструментарію політичного піару; формування практичних навичок багатоаспектного застосування з опертям на новітні технології прийомів PR у різних комунікативних ситуаціях, що стосуються передусім політичної сфери; забезпечення здобувачів вищої освіти необхідними теоретичними знаннями та практичними навичками професійної роботи у сфері сучасних політичних PR, зокрема у виборчому процесі.

Завдання вивчення дисципліни «Політичний піар» :

- опанування знань щодо основних категорій PR ;
- розширення знань щодо PR і споріднених із ними видів діяльності;
- ознайомлення з планування PR-діяльності;
- розширення знань про необхідність PR-діяльності
- ознайомлення з маніпулятивними технологіями та способами протидії;
- оволодіння практичним інструментарієм щодо ведення PR-кампаній;
- засвоєння принципів і технологій планування, методів проведення сучасних виборчих кампаній.

Набуття компетентностей:

загальні компетентності (ЗК):

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК07. Здатність працювати в команді.

ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.

фахові (спеціальні) компетентності (ФК):

СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК02. Здатність формувати інформаційний контент

СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.

СК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності.

Програмні результати (ПРН):

ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

ПР03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.

ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел. .
Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

ПР07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.

ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.

ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.

ПР17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

2. Програма та структура навчальної дисципліни для: повного терміну денної (заочної) форми навчання;

Назви змістових розділів 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	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. PR як органічний складник політичної сфери												
Тема 1. PR як суспільне явище, його місце й застосування в політичних процесах .	19	2	4			13						
Тема 2 .Політична сфера сучасного суспільства. Новітній. PR-інструментарій у політичній сфері.	19	2	4			13						
Тема 3. Політична реклама, її функції та види в політичному піарі	19	2	4			13						
Тема 4. Медіатехнології, інтернет-технології в політичному піарі. аграрного ринку	20	2	4			14						
Разом за змістовим розділом 1	77	8	16			53						
Змістовий модуль 2. PR-технології у виборчій кампанії. Виборчий процес												
Тема 5. Законодавче забезпечення виборчих процесів. PR у виборчій системі.	19	2	4			13						
Тема 6. Конструктивні й деструктивні виборчі технології.	19	2	4			13						
Тема 7. Безпосереднє спілкування в політичній кампанії. Технології організації та проведення масових заходів у політичних кампаніях	19	2	4			13						
Тема 8. Пресслужби як інструмент реалізації PR. Особливості діяльності прес-центрів та прес-бюро.	16	1	2			13						
Разом за змістовим розділом 2	73	7	14			52						
Усього годин	150	15	30			105						

3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	PR як суспільне явище, його місце й застосування в політичних	4

	процесах .	
2	Політична сфера сучасного суспільства. Новітній . PR-інструментарій політичній сфері: український та зарубіжний досвід.	4
3	Політична реклама, її типи. Функції та види реклами в політичному піарі.	4
4	Медіатехнології, інтернеттехнології в політичному піарі. Використання можливостей соціальних мереж.	3
5	Законодавче забезпечення виборчих процесів. PR у виборчій системі. Типи політичної поведінки.	4
6	Конструктивні і деструктивні виборчі технології. Способи протидії деструктивним виборчим технологіям.	4
7	Безпосереднє спілкування в політичній кампанії. Технології організації та проведення масових заходів у політичних кампаніях	4
8	Пресслужба як інструмент реалізації PR. Особливості діяльності пресцентрів та пресбюро. Робота прессекретаря та речника. Поради щодо стосунків прессекретаря з журналістами.	3

4. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	PR як суспільне явище, його місце й застосування в політичних процесах .	13
2	Політична сфера сучасного суспільства. Новітній . PR-інструментарій політичній сфері: український та зарубіжний досвід	13
3	Політична реклама, її типи. Функції та види реклами в політичному піарі	13
4	Медіатехнології, інтернеттехнології в політичному піарі. Використання можливостей соціальних мереж	14
5	Законодавче забезпечення виборчих процесів. PR у виборчій системі. Типи політичної поведінки	13
6	Конструктивні і деструктивні виборчі технології. Способи протидії деструктивним виборчим технологіям	13
7	Безпосереднє спілкування в політичній кампанії. Технології організації та проведення масових заходів у політичних кампаніях	13
8	Пресслужба як інструмент реалізації PR. Особливості діяльності пресцентрів та пресбюро. Робота прессекретаря та речника. Поради щодо стосунків прессекретаря з журналістами	13

5. Засоби діагностики результатів навчання:

- екзамен;
- модульні тести;
- реферати;
- виконання творчих завдань;
- захист практичних робіт;
- захист творчих робіт.

6. Методи навчання:

- словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо);
- практичний метод (лабораторні, практичні заняття);

- наочний метод (метод ілюстрацій, метод демонстрацій);
- робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату);
- відеометод (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);
- самостійна робота (виконання завдань);
- індивідуальна науково-дослідна робота здобувачів вищої освіти;
- як аналіз журналістських текстів;
- брейнстормінг, обговорення;
- рольові та ділові ігри;
- оперативна оцінка фактів і дій („галерея думок”);
- творчий проєкт.

- 7.Методи оцінювання.

- екзамен;
- усне опитування;
- письмове опитування;
- модульне тестування;
- командні проєкти;
- реферати, есе;
- захист практичних робіт;
- презентації та виступи на наукових заходах.

8.Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти. Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 чинного «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України»

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна та результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

Для визначення рейтингу здобувача вищої освіти із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу здобувача вищої освіти з навчальної роботи $R_{\text{нр}}$ (до 70 балів): $R_{\text{дис}} = R_{\text{нр}} + R_{\text{ат}}$.

9. Навчально-методичне забезпечення

- конспекти лекцій та їх презентації (в електронному вигляді);
- підручники, навчальні посібники, практикуми;
- методичні матеріали щодо вивчення навчальної дисципліни для здобувачів вищої освіти денної та заочної форм здобуття вищої освіти;
- семестрові завдання для самостійної роботи студентів із навчальної дисципліни;

1. 10. Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Балабанова Л. В., Савельєва К.В. Паблік рілейшнз: Навч. Посіб. К.:«Видавничий дім «Професіонал», 2008. URL: http://www.ipiend.gov.ua/?mid=11&action=monograph_detail&monograph_id=156
2. Зубарева М. А. Робочі аспекти PR в Україні [Електронний ресурс] // Наукові записки Інституту журналістики. 2010. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2369>.
3. Кальна-Дубінюк Т. П. Паблік рілейшнз : [Навч. посіб.]. К.: [б.в], 2010.
4. Королько В.Г. Основи паблік рілейшнз: [посібник] . К.: Ін-т соціології НАН України, 1997.
5. Кочкіна Н. Оцінка ефективності рекламної кампанії: вдосконалення наявної методики. *Маркетинг в Україні*. 2007. №5. С. 16-19.
6. Кочубей Л.О. PR у політичній сфері: Підручник. К. ПіЕНД ім. І.Ф.Кураса НАН України, 2013.
7. Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу: моногр. / за ред. д. е. н., професора С.М. Ілляшенка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2008.
8. Почепцов Г.Г. Інформаційна політика: [навчальний посібник]. К.: «Знання», 2008.
9. Тихомирова, Є. Б. Зв'язки з громадськістю : навч. посіб. К.: НМЦВО, 2001.
10. Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика: [підручник]. К.: «Бізнесполіграф», 2011.
11. Ukraine Daily : політико-економічне видання. URL: <http://www.uadaily.net> (дата звернення: 28.09.2019).

Додаткові:

1. Бульвінський ; Національна академія наук України, Інститут всесвітньої історії НАН України. Київ : «Фенікс», 2017.
2. Голота Н.П. Особливості роботи прес-служби в державних органах: історія та сучасність. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Право. 2018. Випуск 49. Том 2. С. 29-31
3. Іваницька О.М., Іваницький О.В. Державний маркетинг: витоки. Стратегія розвитку України, 2017. № 1. С. 25-28.
4. Квіт С. Масові комунікації: Підручник. К.: Видавничий дім „Києво-Могилянська академія”, 2008.
5. Куліш А. Public Relation для громадських (недержавних) організацій: Практичні поради на щодень. К., 2001.
6. Людина. Комп'ютер. Комунікація : зб. наук. пр. / ред.: О. П. Левченко, А. Архангельська, Д. Шеллер-Большц, Т. Шутковський; Нац. ун-т "Львів. Політехніка". Львів : Вид-во Львів. політехніки , 2017.
7. Особливості суспільно-політичної модернізації країн пострадянського простору : монографія / відп. ред. А. Г. Підлуцький О. *Лідери, що змінили світ*. Харків : Фоліо, 2020. (Великий науковий проект).

5. Інформаційні ресурси

1. <http://journalib.univ.kiev.ua> – Електронна бібліотека Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка
2. <http://j-school.kiev.ua> – Сайт Могилянської школи журналістики Національного університету “Києво-Могилянська академія”
3. <http://www.telekritika.ua> – Сайт «Телекритика»
4. <http://www.mediakrytyka.info> – Сайт “Медіакритика”
5. <http://imi.org.ua> – Сайт Інституту Масової Інформації
6. <http://www.aup.com.ua> – Сайт Академії Української преси

7. <http://irrp.org.ua> – Сайт Інституту розвитку регіональної преси
8. <http://en.rsf.org> – Сайт Міжнародної організації «Репортери без кордонів» (Reporters without Borders)
9. <http://www.polit.com.ua/>. – Інформаційно-політичний сервер України
10. <http://pit.org.ua/> – Громадський простір : веб-сайт