



Лектор курсу  
Контактна інформація  
лектора (e-mail)  
Сторінка курсу veLearn

## СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Медіарилейшенз»

Рівень вищої освіти – другий  
Спеціальність 061 «Журналістика»  
Освітня програма «Журналістика»  
Рік навчання 1, семестр 2  
Форма навчання денна, вечірня, заочна  
Кількість кредитів ЄКТС 4  
Мова викладання українська  
д-р філол. наук, професор Навальна Марина Іванівна  
050-410-59-69  
mnavalna@gmail.com  
<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=5136>

### ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

**Мета курсу** – сформувати у студентів систему знань з теорії та практики комунікації, навчити основним принципам та засобам здійснення зв'язків з громадськістю, виробити навички самостійного планування PR-кампаній.

Завдання курсу полягають в оволодінні здобувачами вищої освіти системою теоретичних та практичних знань і вмінь у галузі зв'язків з громадськістю, особливості застосування технології зв'язків із громадськістю в суспільстві, використанню інструментарію PR в медіа сфері.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студенти повинні **знати**:

- теоретичні засади стратегії і тактики створення та реалізації різних типів комунікативних технологій;
- концептуальні технології зв'язків із громадськістю в умовах інформаційного суспільства;
- головні прийоми співпраці з засобами масової комунікації та інформації;
- фундаментальні морально-етичні засади при використанні PR-технології.

**вміти**:

- аналізувати економічні, соціокультурні й політичні наслідки застосування PR-технологій та застосовувати свої знання на практиці;
- розробляти, виготовляти та поширювати інформаційні матеріали в рамках PR-кампаній;
- застосовувати основні методи роботи із засобами масової комунікації та інформації;
- розробляти медіа-план PR-кампанії;
- визначати стратегічні цілі та мету кампанії зв'язків із громадськістю (в залежності від мети кампанії) у різних економічних та виробничих ситуаціях;
- аналізувати результати проведених PR-акцій.

Набуття компетентностей:

**загальні компетентності (ЗК):**

ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК02. Здатність планувати час та управляти ним.

ЗК03. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК05. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК08. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.

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

СК01. Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з теорії та історії журналістики, новітні технологічні досягнення для розв'язання задач дослідницького та інноваційного характеру у сфері журналістики.

СК02. Здатність критично осмислювати проблеми у сфері журналістики та дотичні до них міждисциплінарні проблеми.

СК04. Здатність управляти робочими та навчальними процесами у сфері журналістики, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів.

СК06. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі журналістики у широких та/або мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

**програмні результати навчання:**

ПРН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних та суперечливих інформації та вимог.

ПРН03. Проводити збір, інтегрований аналіз матеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, бази даних, та перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи досліджень.

ПРН05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів.

ПРН07. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання.

ПРН08. Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій.

ПРН10. Мати практичні навички розв'язання проблем, пов'язаних з організацією нових медіаустанов та інституцій.

ПРН11. Брати продуктивну участь у розробленні проєктів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтовувати суспільну потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство.

ПРН14. Розуміти наукові, правові та етичні аспекти екологічних проблем і закономірностей, висвітлювати питання взаємодії сучасного суспільства з навколишнім середовищем.

**СТРУКТУРА КУРСУ**

<b>Тема</b>	<b>Години (лекції/ лаборат орні, практич ні, семінар ські)</b>	<b>Результати навчання</b>	<b>Завдання</b>	<b>Оціню вання</b>
-------------	--	----------------------------	-----------------	------------------------

<b>2 семестр</b>				
<b>Тема 1.</b> Значення та функції медіарилейшенз: сучасні закордонні та вітчизняні підходи	<b>2/2</b>	Засвоїти загальні тенденції становлення та розвитку інституту зв'язків із громадськістю (PR). Знати основні сфери застосування медіарилейшенз у суспільстві. Засвоїти характеристика основних функцій. Знати мериканські та західноєвропейські підходи до застосування технології зв'язків з громадськістю. Прозуміти сучасний стан та тенденції розвитку інституту PR в Україні. Знати визначення міжнародного паблік рилейшнз.	Написання конспектів, доповідей, тестів, підготовка презентацій, виконання самостійної роботи, підготовка до практичного заняття.	<b>6</b>
<b>Тема 2.</b> Поняття і походження, мета і завдання медіарилейшенз	<b>2/2</b>	Засвоїти історичні етапи розвитку інституту піару. Знати основні підходи до визначення поняття і предмету медіарилейшенз. Засвоїти появу та діяльність перших PR-фірм (на прикладі США). Знати принципи та методи системи зв'язків із громадськістю.	Написання конспектів, доповідей, тестів, підготовка презентацій, виконання самостійної роботи, підготовка до практичного заняття.	<b>6</b>
<b>Тема 3.</b> Громадськість і громадська думка в медіарилейшенз	<b>2/2</b>	Розуміти поняття громадськість: визначення, ознаки громадськість. Знати підходи до типологізації груп громадськість; зовнішня і внутрішня громадськість; визначення цільових/пріоритетних груп громадськість; специфіка роботи з цільовими групами громадськість з усіх сфер застосування PR; громадськість і аудиторія в медіарилейшенз; поняття громадської думки: визначення, об'єкт, суб'єкт, властивості громадської думки; функції громадської думки, форми та канали вираження громадської думки.	Написання конспектів, доповідей, тестів, підготовка презентацій, виконання самостійної роботи, підготовка до практичного заняття.	<b>6</b>
<b>Тема 4.</b> PR-технологія: поняття, види, класифікація	<b>2/2</b>	Засвоїти поняття та види піар-технологій; головні ознаки та критерії піар-технології (штучність, системність,	Написання конспектів, доповідей, тестів, підготовка	<b>6</b>

		<p>планомірність, технологічність, оптимізація, креативність, дискретність, циклічність); внутрішній та зовнішній PR, практика застосування в інформаційному середовищі. Розуміти експертний метод дослідження піар-технології. Здійснювати первинний та вторинний аналіз піар-технології в інформаційній діяльності. Вміти розробляти PR-технології. Знати основні етапи та системні принципи; основні класифікації піар-технологій: традиційна; тематична; комунікаційна; структурна; професійна; класифікацію за типом об'єкту: річ, група, особистість.</p>	<p>презентацій, виконання самостійної роботи, підготовка до практичного заняття.</p>	
<p><b>Тема 5.</b> Психологічні аспекти в медіарилейшен з</p>	<p>2/2</p>	<p>Уміти застосувати знання з прикладної психології у сфері медіарилейшенз. Розуміти сутність поняття «психотехніка» та її завдання; сутність поняття «психотехнологія»; дослідження проблематики психологічного впливу на людину; засоби психологічного впливу. Розуміти загрози застосування нейролінгвістичного програмування; психологічні методи в медіарилейшенз. Уміти використовувати фокус-групи та розширеної креативної групи.</p>	<p>Написання конспектів, доповідей, тестів, підготовка презентацій, виконання самостійної роботи, підготовка до практичного заняття.</p>	<p>6</p>
<p><b>Тема 6.</b> Цільові аудиторії та інформаційні структури у медіарилейшен з</p>	<p>2/2</p>	<p>Знати процес впливу служб зв'язків із громадськістю на загальносуспільну думку. Розуміти створення стереотипів як одне з завдань PR-технологій. Знати види цільових аудиторій; журналістів як цільову аудиторію. Знати лідерів громадської думки і групи особливих інтересів; основні інформаційні структури у зв'язках з громадськістю;</p>	<p>Написання конспектів, доповідей, тестів, підготовка презентацій, виконання самостійної роботи, підготовка до практичного заняття.</p>	<p>6</p>

		функції і завдання піарспеціаліста в роботі з каналами ЗМІ; масмедіа як основний засіб здійснення зв'язків із громадськістю.		
<b>Тема 7.</b> Вимоги до створення інформаційного продукту PR	<b>2/2</b>	Знати сутність інформації; класифікацію інформації за ступенем надійності; види інформації за часом освіти і ступенем відповідності цілям дослідження; структуру інформаційного продукту; особливості інформаційного продукту та методи його створення; введення керованого еталона; історію прийняття Афіньського кодексу; цілі працівника сфери медіарилейшенз; зобов'язання, які бере на себе працівник сфери PR; дії, від яких утримується працівник сфери PR.	Написання конспектів, доповідей, тестів, підготовка презентацій, виконання самостійної роботи, підготовка до практичного заняття.	7
<b>Тема 8.</b> Основні засоби і заходи PR	<b>2/2</b>	Знати особливості public relations у медіасфері; структуру PR; характеристику спічрайтингу; наслідки стосунків із пресою; структура PR у сфері ЗМІ; поняття пресрелізу; реквізити, технологія написання та підготовки пресрелізу; методи вимірювання ефективності PR-програм та PR-діяльності; етапи оцінювання ефективності PR-програми; правила оцінювання ефективності PR-програми.	Написання конспектів, доповідей, тестів, підготовка презентацій, виконання самостійної роботи, підготовка до практичного заняття.	7
<b>Тема 9.</b> Організація співпраці з масмедіа.	<b>2/2</b>	Розуміти поняття медіа планування, вибирати основні та допоміжні канали масмедіа для втілення кампанії зі зв'язків з громадськістю. Вміти ормулювати цілі для медіа. Знати медіапланування: головні складові медіа плану; вибір тематики та форми інформаційного повідомлення. Уміти керувати інформацією та конструюванням новин. Знати методи співпраці з представниками масмедіа;	Написання конспектів, доповідей, тестів, підготовка презентацій, виконання самостійної роботи, підготовка до практичного заняття.	7

		спеціальні заходи для журналістів: основні види.		
<b>Тема 10.</b> Розробка піар-замовлення.	<b>2/2</b>	Знати тендер як процедуру розробки піар-замовлення; поняття «піар-замовлення». Засвоїти характеристики, переваги та недоліки піар-фахівця. Давати оцінку технологічності піар-рішення. Знати «Формулу RACE» (дослідження, дія, спілкування, оцінка); ознаки піар-технології й піар-проекту; тендер як процедуру розробки піар-замовлення; тендерну документація в піар-діяльності; особливості використання тендеру.	Написання конспектів, доповідей, тестів, підготовка презентацій, виконання самостійної роботи, підготовка до практичного заняття.	7
<b>Тема 11.</b> Планування PR-кампанії	<b>2/2</b>	Засвоїти головні складові плану PR-кампанії; стратегію і тактика проведення PR-кампанії; основні методи прогнозування мети та результатів PR-кампанії; основні етапи проведення PR-кампанії; зразки PR-кампаній в Інтернеті та телефонних мережах.	Написання конспектів, доповідей, тестів, підготовка презентацій, виконання самостійної роботи, підготовка до практичного заняття.	7
<b>Тема 12.</b> Проведення публічних заходів. Спеціально підготовленні PR-події	<b>2/2</b>	Знати основні види публічних заходів при здійсненні зв'язків із громадськістю (PR): пресконференція, круглий стіл, громадські обговорення. Уміти здійснювати підготовку інформаційних матеріалів для публічних заходів; інформаційний супровід публічних заходів. Знати типи та сутність виставкових заходів; спеціальні заходи та пропозиції: основна мета та завдання. Здійснювати характеристики спеціально підготовленої події (pseudo event); використовувати спеціально підготовлені подій в закордонній та вітчизняній практиці PR.	Написання конспектів, доповідей, тестів, підготовка презентацій, виконання самостійної роботи, підготовка до практичного заняття.	7
<b>Тема 13.</b> Пропаганда та технології	<b>2/2</b>	Знати теорії і методи пропаганди; основні принципи пропаганди; комунікативну	Написання конспектів, доповідей, тестів,	7

цивілізованого лобіювання		схему пропаганди; характерні ознаки пропаганди; класичні моделі пропагандистського впливу; пропагандистську акцію, кампанію; модель пропагандистського аналізу. Засвоїти ефективність пропаганди; чинник цільової аудиторії; контрпропаганду. Розуміти поняття: лобіювання; форми лобіювання, їх специфіка; організацію лобістської кампанії; ключові тактики лобіювання; прийоми та способи лобіювання; методи впливу на адресатів лобіювання. Уміти висвітлювати лобістську кампанію у медіа.	підготовка презентацій, виконання самостійної роботи, підготовка до практичного заняття.	
<b>Тема 14.</b> Кризовий медіарилейшен з та його особливості організацій	2/2	Знати етапи розвитку кризи; принципи запобігання кризам; класифікацію криз за динамікою, матричну систему визначення криз, виходячи з джерела виникнення і наслідків. Знати варіанти боротьби з кризою; основні чинники в кризовій ситуації; суть поняття «антикризова програма». Розуміти діяльність спін доктора. Знати медіа-дискурс кризових PR та особливості медіарилейшенз у період військових дій.	Написання конспектів, доповідей, тестів, підготовка презентацій, виконання самостійної роботи, підготовка до практичного заняття.	7
<b>Тема 15.</b> Специфічні прийоми PR у відносинах із медіа та меліарилейшен з під час виборів	2/2	Уміти створювати медіаістеблшмента. Знати про «тіньові зустрічі» з лідерами, про «злив» інформації. Розумітися в понятті «Чорний піар». Знати технології розробки ключового послання до виборців; спеціальні програми в ході виборчої кампанії. Розуміти зв'язки з працівниками медіа. Знати як поводитися з інформацією. Розуміти поняття паблісіті, оголошення, рекламний текст, агітлистівка, буклет, брошура, плакат; фотографії в кампанії; тижневі програми для засобів	Написання конспектів, доповідей, тестів, підготовка презентацій, виконання самостійної роботи, підготовка до практичного заняття.	7

		інформації. Уміти робити репортажі з місця подій; радіо- і телевізійні інтерв'ю; інтерв'ю в друкованих та електронних медіа.		
<b>Всього за семестр</b>	<b>100</b>			
<b>Іспит</b>				
<b>Навчальна робота</b>	<b>70</b>			
<b>Всього за курс</b>				<b>100</b>

### ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<b><i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i></b>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання завдань практичних занять відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
<b><i>Політика щодо академічної доброчесності:</i></b>	Списування під час заліку заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Реферати, есе повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу.
<b><i>Політика щодо відвідування:</i></b>	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в онлайн формі за погодженням із деканом факультету).

### ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ

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



## РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

### Основна

1. Балабанова Л. В., Савельєва К. В. Зв'язки з громадськістю: навч. посіб. Донецьк. ДонДУЕТ, 2007. 394 с.
2. 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.
3. 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.
4. Мойсєєв В. А. Паблік рилейшнз: навч. посіб. Київ: Академвидав, 2007. 224 с.
5. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навч. посіб. Київ: Знання, 2008. 506 с. 29.
6. 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.
7. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посіб. Київ : МАУП, 2007. 104 с.
8. Солдатенко І. О., Нетецька Т. М. «Паблік рилейшнзу бізнесі». «Зв'язки з громадськістю у бізнесі»: навч. посіб. Харків: НТУ «ХП», 2009. 112 с.
9. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю: навч. посіб. Київ: НМЦВО, 2001. 560 с.
10. Холод О. М. Комунікаційні технології: підручник. Київ: КиМУ, 2012. 263 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.

### **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: [club.com/PR\\_Lib/](http://club.com/PR_Lib/)
5. «Українська ліга зв'язків із громадськістю»: матеріали сайту. URL: [liga.org.ua/about/](http://liga.org.ua/about/)