

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Кафедра публічного управління, менеджменту інноваційної діяльності та
дорадництва



«ЗАТВЕРДЖУЮ»


Директор ННІ неперервної освіти і туризму
д.ю.н., професор Іван ГРИЦЕНКО
« 6 » червня 2024р.

«СХВАЛЕНО»

на засіданні кафедри
публічного управління,
менеджменту інноваційної діяльності та
дорадництва


Протокол № 15 від «3» червня 2024 р.

В.о. завідувача кафедри:

 д.н.д.у., доцент Сергій ПРИЛІПКО

«РОЗГЛЯНУТО»

Гарант ОПП «Управління інноваційною
та консалтинговою діяльністю»

 д.е.н., професор Ольга ВИТВИЦЬКА

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«PR- КОНСАЛТИНГ»

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітньо-професійна програма «Управління інноваційною та консалтинговою
діяльністю»

ННІ неперервної освіти і туризму

Розробник: доцент кафедри публічного управління, менеджменту інноваційної
діяльності та дорадництва, к.е.н., Корінець Р.Я.

Київ – 2024 р.

Опис навчальної дисципліни

«PR- КОНСАЛТИНГ»

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Галузь знань	07 Управління та адміністрування	
Спеціальність	073 Менеджмент	
Освітня програма	Управління інноваційною та консалтинговою діяльністю	
Освітній ступінь	Магістр	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова / вибіркова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Курс (рік підготовки)	1	1
Семестр	1	1
Лекційні заняття	15 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	30 год.	8 год.
Лабораторні заняття	- год.	134 год.
Самостійна робота	105 год.	- год.
Індивідуальні завдання	- год.	- год.
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	3 год.	

1. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни «PR-консалтинг» є підготовка студентів до професійної діяльності на основі теорії та практики публік релейшнз та отримання студентами базових уявлень про роль зв'язків з громадськістю в сучасному громадянському суспільстві, формування у них уявлень про зв'язок з громадськістю (PR / публік рилейшнз) як діяльності, яка регулює соціальні процеси, і як засобу, який розв'язує або пом'якшує соціальні, політичні, економічні кризові ситуації і як засобу, який розв'язує або пом'якшує соціальні, політичні, економічні кризові ситуації.

Основними завданнями вивчення дисципліни «PR-консалтинг» є:

- ознайомити студентів із особливостями публік релейшинз в різні історичні епохи та в сучасних умовах;
- розглянути принципи, основних теорії і концепцій публік релейшинз;
- сприяти розвитку комунікативних якостей у відносинах з різними верствами громадськості;
- надати студентам необхідні знання щодо оволодіння технологіями зв'язку з громадськістю, плануванням і проведенням PR-кампаній;
- сприяти засвоєнню основних правил розуміння ролі і значення комунікативних технологій в забезпеченні і реалізації політичної діяльності та ділової активності аграрній сфері;
- допомогти оволодіти навичками аналізу проблем в кризових ситуаціях та прийняття рішень на основі вміння аналізувати та володіти принципами антикризового публік релейшинза;
- сприяти творчому підходу до використання отриманих знань, умінь і навичок у практичній роботі;
- ознайомити з міжнародними нормами, принципами і правилами публік релейшинз.
- розширити професійний та політичний кругозір, і тим самим підвищити її соціальну і професійну компетентність студентів.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми слухачі повинні

знати:

- основні поняття і категорії публік релейшинз;
- предметні сфери, інститути і технології публік релейшинз;
- основні підходи до типології груп громадськості;
- психологічні механізми формування громадської думки;
- основні теорій і концепцій публік релейшинз, природу, джерел формування, основних функцій, моделей, технологій, організації управління та критеріїв ефективності зв'язків з громадськістю;
- технології зв'язку з громадськістю, особливості планування і проведення PR-кампаній;
- роль і значення комунікативних технологій в забезпеченні і реалізації політичної діяльності та ділової активності.
- методи впливу публік релейшинз на громадську думку;
- методи вивчення громадської думки;
- основні складові стратегічного плану PR-програми;
- теорію управління процесом публік релейшинз;
- основні принципи антикризового публік релейшинз;
- основні аспекти таких PR-технологій як лобіювання та виборча кампанія.

уміти:

- охарактеризувати основні моделі PR- діяльності з визначенням переваг і недоліків кожної з них;
- обґрунтовувати вибір контактних груп, робота з якими необхідна для інформування і комунікативного забезпечення реалізації проектів і програм в сфері політики і ділової активності;
- формувати інформаційні очікування різних контактних груп;
- здійснювати вибір необхідних каналів комунікації з конкретними контактними групами, засобами масової інформації;
- організовувати і проводити комунікаційні заходи: прес-конференції, брифінги, презентації, круглі столи;
- складати інформаційні матеріали: прес-реліз, медіа-карту.

Набуття компетентностей:

інтегральна компетентність (ІК): Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог.

загальні компетентності (ЗК): ЗК2. Здатність до спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності); ЗК3. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій; ЗК4. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети; ЗК5. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК): СК5. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління; СК6. Здатність формувати лідерські якості та демонструвати їх в процесі управління людьми; СК8. Здатність використовувати психологічні технології роботи з персоналом.

Програмні результати навчання: ПРН 7. Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті.

2. Програма та структура навчальної дисципліни для повного терміну денної форми навчання

Назви модулів і тем	Кількість годин												
	Денна форма							Заочна форма					
	Всього	у тому числі					Всього	у тому числі					
л		п	лаб	інд	ср	л		п	лаб	інд	ср		
I	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Змістовий модуль 1.													
«Паблік рилейшнз: еволюція, наукові основи»													
Тема 1. Сутність та зміст PR	8	1	2			5	7,5	0,25	0,25				7
Тема 2. Витоки та історія виникнення PR	8	1	2			5	7,5	0,25	0,25				7
Тема 3. Паблік рилейшнз в Україні	8	1	2			5	6,5	0,25	0,25				6
Тема 4. PR-консалтинг в державних і фінансових структурах	8	1	2			5	8	1	1				6

Тема 5. Міжнародні нормативні акти як основа професійної поведінки	8	2	2			4	6,5	0,25	0,25			6
Разом за модулем 1	40	6	10			24	36	2	2			32
Змістовий модуль 2. «Громадськість та Паблік Рилейшнз»												
Тема 6. Громадськість в сфері паблік рилейшнз	8	1	2			5	8,5	1	0,5			7
Тема 7. Теорія управління в PR. Громадська думка в сфері PR	8	1	2			5	8,5	1	0,5			7
Тема 8. Комунікація і вплив на громадськість	8	1	2			5	8,5	1	0,5			7
Тема 9. Взаємовідносини із засобами масової інформації (ЗМІ)	8	2	2			5	8,5	1	0,5			7
Тема 10. Корупція: основні поняття, правові аспекти, реалії. PR-інструменти запобігання та виявлення корупції	12	1	4			7	9	0,5	0,5			8
Тема 11. Псевдотехнології паблік рилейшнз і протидія їм	10	1	2			7	9	0,5	0,5			8
Разом за модулем 2	54	6	14			34	54	5	3			44
Змістовий модуль 3. «Паблік Рилейшнз в дії»												
Тема 12. PR-консалтинг в кризових ситуаціях	9	1	2			6	10,5	0,25	0,25			10
Тема 13. Лобіювання. Сутність та зміст	9	1	2			6	10,5	0,25	0,25			10
Тема 14. Імідж і репутація в PR –консалтингу	8	1	2			5	11	0,5	0,5			10
Разом за змістовим модулем 3	26	3	6			17	32	1	1			30
Всього:	120	15	30			75	120	8	6			106

3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Розпорядок робочого дня двох PR-фахівців та посадові обов'язки PR-спеціаліста	4
2	Є. Бернейз – батько піару та його твір «Пропаганда»	4
3	Кодекс професійної поведінки ІПРА	4
4	Поняття „громадська думка” та методи впливу на її формування	4
5	Як правильно написати прес-реліз	2
6	Розробка технології проведення PR заходу	4
7	Практикум з лобіювання	4
8	Самопіар як спосіб просування до успіху	4
	Разом	30

4. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність та зміст PR.	7
2	Витоки та історія виникнення PR	7
3	PR-консалтинг в Україні	7
4	PR-консалтинг в державних і фінансових структурах	7
5	Міжнародні нормативні акти як основа професійної поведінки	7
6	Громадськість в сфері публік рилейшнз	7
7	Теорія управління в PR	7
8	Громадська думка в сфері PR	7
9	Комунікація і вплив на громадськість	7
10	Взаємовідносини із засобами масової інформації (ЗМІ)	7
11	Корупція і соціальний капітал	7
12	Псевдотехнології публік рилейшнз і протидія їм	7
13	PR-консалтинг в кризових ситуаціях	7
14	Лобіювання: сутність, легітимність, практика	7
15	Імідж і репутація в PR –консалтингу	7
	Разом	105

5. Засоби діагностики результатів навчання:

- екзамен;
- модульні тести;
- ессе;

- розрахункові та аналітично- розрахункові роботи;
- баскет-метод, кейс –метод;
- аналіз конкретних ситуацій,
- захист практичних робіт;
- виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).

Поточний контроль здійснюється під час проведення модульного контролю. Підсумковий контроль засвоєння модулів здійснюється по їх завершенню на підсумкових заняттях.

Формами контролю засвоєння основного матеріалу курсу визначаються:

1. Опитування студентів під час проведення практичних занять.
2. Контрольні письмові роботи (тести) в аудиторії на практичних заняттях як результат засвоєння матеріалу попередніх тем (в elearn)
3. Індивідуальні завдання для самостійного опрацювання додаткового матеріалу по тематиці курсу (в elearn)
4. Екзаменаційне завдання як результат вивчення всього курсу (в elearn)

6. Методи навчання:

Методи навчання є одним з найважливіших компонентів навчального процесу. Без відповідних методів діяльності неможливо реалізувати цілі і завдання навчання, досягнути відповідних результатів. У процесі навчання зв'язок методу з іншими компонентами зворотній: метод є похідним від цілей, завдань, змісту, форм навчання; водночас він суттєво впливає на можливості їх практичної реалізації. Навчання прогресує настільки, наскільки дозволяють йому рухатись уперед застосовані методи.

Під час викладення дисципліни «PR-консалтинг» застосовуються наступні методи навчання:

Методи організації і самоорганізації навчально-пізнавальної діяльності:

1. Методи навчання за джерелом передачі та сприймання інформації:

- словесні (лекція, пояснення, семінарське заняття);
- наочні (ілюстрація, демонстрація);
- відеометод (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);
- практичні (дослідження, практичні роботи, ессе, індивідуальні семестрові завдання);
- опрацювання літературних джерел.

2. Методи навчання за логікою передачі і сприймання навчальної інформації:

- індуктивні (від одиничного до загального, від конкретного до абстрактного);
- дедуктивні (сприяє засвоєнню навчального матеріалу на основі узагальнень: від загального до одиничного);

3. Методи навчання за рівнем самостійності (напруженості) пізнавальної діяльності, якого досягають студенти, працюючи за схемою навчання, запропонованою викладачем:

- репродуктивний,
- проблемний,
- частково-пошуковий,
- дослідницький;

4. Методи навчання за ступенем керівництва навчальною роботою:

- навчальна робота під керівництвом викладача (практична робота в аудиторії);
- індивідуальна науково-дослідна робота здобувачів вищої освіти;
- самостійна робота студента;

5. Методи стимулювання й мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

- ділова або рольова гра;
- дискусія;
- «мозкова атака»;
- аналіз конкретних ситуацій;
- інтерактивні методи.

7. Методи оцінювання.

- екзамен;
- усне чи письмове опитування;
- модульне тестування;
- індивідуальні і командні проєкти;
- 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

1. Електронний навчальний курс навчальної дисципліни «PR-консалтинг» <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=490>
2. Методичні рекомендації з дисципліни «Паблік рілейнінз для консалтингу» Корінець Р.Я. К.: Видавничий центр НУБіП України, 2023. 48 с.

10. Рекомендовані джерела інформації

1. Кальна-Дубінюк Т.П., Буряк Р.І. Паблік рилейшнз /Навч. посібн. для консалтингу. К.: Бізнес-медіа-консалтинг, 2019. 204 с.
2. PR Academy : <https://pracademy.co.uk/>
3. Public Relations (PR): Meaning, Types, and Practical Examples: <https://www.investopedia.com/terms/p/public-relations-pr.asp>
4. Public Relations Society of America (PRSA): <https://www.prsa.org/>
5. Public relations: https://en.wikipedia.org/wiki/Public_relations
6. What Is PR? A Guide to Understanding Public Relations: <https://online.maryville.edu/blog/what-is-pr-a-guide-to-understanding-public-relations/>
7. What is 'Public relations pr': <https://economictimes.indiatimes.com/defaultinterstitial.cms>
8. Аналіз практики діяльності структурних підрозділів органів виконавчої влади, відповідальних за зв'язки з громадськістю [Текст]. Вісник державної служби України. 2012. № 2. С. 59-62.
9. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. [Підручник] / Вид. 3-тє, доп. і перероб. К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.
10. Королько В. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю. К., 2003. 216 с.
11. Кочубей Л. О. PR у політичній сфері: підручник / НАН України, Ін-т політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса. Київ, 2013. 472 с.
12. Красноступ Г.М. Основні напрями правового забезпечення державної інформаційної політики. Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/tpdu/2013-3/doc/3/06.pdf><http://www.minjust.gov.ua/30768>
13. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях . [Навчальний посібник] // К.: «Кондор-Видавництво», 2014. 246 с. ISBN 978-966-2781-53-3
14. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник. Київ : Кондор, 2016. 246 с.

15. Медіа маркетинг і піар (PR). Академія Суспільних Наук у Варшаві:
<https://up-study.ua/uk/universities/varshava-akademiya-suspilnikh-nauk-spoleczna-akademiya-nauk-w-warszawie/specialities/media-marketing-i-piar-pr>
16. Мойсеєв В.А. Паблік рілейшнз. К.: Академвидав, 2007. 240 с.
17. Нестерович В. Ф. (2010). Конституційно-правові засади інституту лобіювання: зарубіжний досвід та перспективи для України: Монографія / В. Ф. Нестерович. Луганськ: РВВ ЛДУВС імені Е. О. Дідоренка. 752 с.