

**Міністерство освіти і науки України
Сумський державний педагогічний університет
імені А.С.Макаренка**

ІНІІ інститут культури і мистецтв

Кафедра образотворчого мистецтва, музикознавства та культурології

ЗАТВЕРДЖУЮ

директор ІНІІ Інституту культури і мистецтв
проф. О. А. Устименко-Косоріч

« 30 » серпня 2022 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Паблік рілейшнз

галузь знань	<u>03 Гуманітарні науки</u>
спеціальність	<u>034 Культурологія</u>
освітня програма	<u>Культурологія</u>
мова навчання	<u>українська</u>

Погоджено науково-методичною
комісією ІНІІ інституту культури і
мистецтв

« 30 » серпня 2022 р.

Голова Руденко О. Ф.

Розробник:

Л. І. Єпик, к. іст. наук, доцент кафедри образотворчого мистецтва,
музикознавства та культурології

Програму схвалено на засіданні кафедри образотворчого мистецтва,
музикознавства та культурології

Протокол № 12 від «21» червня 2022 року.

Завідувач кафедри образотворчого мистецтва,
музикознавства та культурології  д., мист., проф. О. К. Зав'ялова

Схвалено науково-методичною комісією інституту

Протокол № 1 від «30» серпня 2022 р.

Голова науково-методичної комісії інституту  О.Ф. Руденко

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 6	Бакалавр	Обов’язкова	
		Рік підготовки:	
		1,2-й	1,2-й
		Семестр	
2,3-й		2,3-й	
Лекції			
36 год.		год.	
Практичні, семінарські			
44 год.		год.	
Лабораторні			
год.		год.	
Самостійна робота			
96 год.		год.	
Консультації			
4 год.		год.	
Загальна кількість годин - 180		Вид контролю: залік	

1. Мета вивчення навчальної дисципліни

Курс «Паблік рілейшнз», розроблений для спеціальності 034 Культурологія, є складовою підготовки студентів ОР Бакалавр НН інституту культури і мистецтв.

Мета курсу – дати студентам теоретичні знання про місце і роль ПР у сучасному житті, технології, які використовуються ПР у різних сферах, а також навчити основним принципам діяльності ПР.

Завдання курсу: надати поглиблену теоретико-методологічну базу та висвітлити тенденції розвитку сучасної сфери зв'язків із громадськістю;

розширити уявлення про загальний характер еволюції паблік рілейшнз та провідні теоретико-методологічні засади його діяльності; поглибити знання, вміння та навички для подальшої науково-дослідницької праці в сфері комунікацій; сформувати практичну систему необхідну для наукової діяльності молодих культурологів у професійній сфері.

Навчальна дисципліна спрямована на розвиток *інтегральної компетенції*: Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі й практичні проблеми у галузі професійної діяльності культуролога або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій і методів культурології, а також характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Навчальна дисципліна спрямована на формування таких *загальних компетентностей* як: **ЗК 1.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. **ЗК 2.** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. **ЗК 3.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. **ЗК4.** Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми. **ЗК5.** Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). **ЗК 8.** Здатність працювати в команді. **ЗК9.** Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

Курс «Паблік рілейшнз» формує такі *фахові компетентності* як: **ФК 1.** Здатність презентувати результати професійної діяльності в усній та письмовій формі, надавати відповідну аргументацію. **ФК 6.** Здатність аналізувати культурну політику в інституціях різних рівнів. **ФК 7.** Здатність обґрунтовувати рішення щодо врегулювання відносин у сфері культури на основі розуміння специфіки соціокультурних процесів. **ФК 8.** Здатність створювати аналітичні звіти, розробляти рекомендації та генерувати проекти (культурно-мистецькі, художні та дозвілєві) щодо об'єктів професійної діяльності, використовуючи актуальну нормативну основу **ФК 10.** Здатність популяризувати знання про культуру та поширювати інформацію культурологічного змісту використовуючи сучасні інформаційні, комунікативні засоби та візуальні технології. **ФК 11.** Здатність організувати культурні події, використовуючи сучасні методи та технології **ФК 12.** Здатність дотримуватися стандартів професійної етики та міжкультурної комунікації. **ФК 13.** Здатність реалізації культурних проектів на основі виявлення законів та принципів художньої творчості. Здатність здійснювати професійні функції в галузі зв'язків із громадськістю в державних, громадських, комерційних структурах, засобах масової інформації, в соціальній сфері, сфері політики, економіки, науки, культури, спорту. **ФК 14.** Здатність ефективно використовувати надбані знання світової культурно-мистецької практики у процесі здійснення прикладної культурологічної діяльності. Володіння знаннями і навичками роботи у прес-центрах, прес-службах, відділах друку, ЗМІ, відділах по зв'язкам із громадськістю, центрах громадських зв'язків, відділах реклами, комунікаційних агенціях.

2. Передумови для вивчення дисципліни

Передумовами до вивчення дисципліни є вивчення таких дисциплін як «Культурологія», «Прикладна культурологія», «Історія та культура України».

3. Результати навчання за дисципліною

Зміст курсу забезпечує: вивчення, узагальнення та реалізації в практичній діяльності вітчизняного і зарубіжного досвіду роботи публік рілейшнз; аналіз і творче переосмислення провідних концепцій діяльності піар; розширення знань про сучасні напрями діяльності піар, їх специфіку та історичну ретроспекцію, а також про інтерпретологію в сучасній культурології.

Знання: мистецьких аспектів та соціокультурних закономірностей розвитку культури. Уміння: критично мислити, застосовувати культурологічні знання для аналізу культурного простору та визначення векторів його подальшого розвитку.	ПРН-1	Мати навички критичного мислення, викладати у зрозумілий спосіб власні думки, здійснювати їх аргументацію.
Знання: змісту та взаємозв'язків культурних явищ, подій та історико-культурних процесів. Уміння: збирати, упорядковувати та аналізувати інформацію щодо змісту та тенденцій розвитку культури.	ПРН-2	Аналізувати, коментувати, узагальнювати, наукові та аналітичні тексти культурологічного характеру.
Знання: володіти навичками роботи з інформаційно-комунікаційними технологіями та електронними ресурсами. Уміння: Здатність застосовувати наукометричні бази даних та спеціалізоване програмне забезпечення у проектно-дослідницькій професійній діяльності.	ПРН-3	Створювати логічно і структурно організовані тексти з питань культурології, відповідно до спеціалізації.
Знання: змісту та тенденцій розвитку культури, основних чинників культурної динаміки. Комунікація: викладати власні думки, здійснювати їх аргументацію.	ПРН-5	Збирати, упорядковувати та аналізувати інформацію щодо культурних явищ, подій та історико-культурних процесів.
Знання: володіння навичками обробки й аналізу науково-теоретичної та інформації з різних джерел для узагальнення результатів. Уміння: Здатність залучати культурологічні концепції щодо інтерпретації сучасних художньо-	ПРН-11	Здійснювати експертну оцінку культурних об'єктів за заданими критеріями та надавати рекомендації щодо їх соціальної актуалізації.

мистецьких явищ і процесів у національному та світовому контекстах.		
Уміння: обґрунтовувати, розробляти та реалізовувати наукові проекти та заходи. Комунікація: взаємодія з учасниками та організаторами культурних проектів з дотриманням законодавства та у відповідності до визначеної мети.	ПРН-12	Обґрунтовувати, розробляти та реалізовувати культурні події та проекти з дотриманням законодавства та у відповідності до визначених мети та завдань.
Уміння: здатність аналізувати та оцінювати художню, духовну й матеріальну цінність культурного об'єкта (в різних хронологічних межах, географічних ареалах, певному соціокультурному просторі). Комунікація: Здатність ініціювати, розробляти, реалізовувати інноваційні культурологічні проекти, проявляти лідерські якості під час їх реалізації.	ПРН-13	Презентувати знання про культуру відповідно до спеціалізації представників різних професійних груп та здобувачів освіти.
Уміння: здатність до пошуку, обробки й аналізу наукової теоретичної та фахової емпіричної інформації з різних джерел для узагальнення результатів. Комунікації: здатність до планування та організації різних заходів та форумів культурного спрямування.	ПРН-14	Вести публічну дискусію та підтримувати діалог з питань української культури з фахівцями та нефхівцями.
Уміння: створювати простір продуктивного співробітництва у культурних установах та творчих об'єднаннях; формулювати та аргументувати власну громадянську та професійну позицію щодо актуальних питань. Комунікація: діалогічність спілкування, наявність аргументованої громадянської та професійної позиції щодо актуальних суспільних питань.	ПРН-16	Визначати, формулювати та аргументувати власну громадянську та професійну позицію щодо актуальних суспільних питань.

4. Критерії оцінювання результатів навчання

Кількість балів	Критерії оцінювання навчальних досягнень студента
А	Студент володіє теоретичними знаннями з курсу, досконало знає

90 – 100 Відмінно	практичний матеріал (вільно ним оперує, грамотно застосовує); вміє використовувати набуті знання та вміння у практичній діяльності; викладає теоретичний матеріал логічно, послідовно й переконливо; грамотно оперує понятійно-термінологічним апаратом.
B 82 – 89 Добре	Студент виявляє повні, систематичні знання із дисципліни, має здатність до самостійного поповнення та оновлення знань. Швидко опрацьовує та засвоює матеріал, оперує понятійно-термінологічним апаратом. Але разом із тим допускає неточності, робить незначні помилки.
C 74 – 81 Добре	Студент виявляє повні знання із дисципліни, має здатність до самостійного оновлення знань. Демонструє певні навички та уміння під час практичних занять, але професійно-культурологічний комплекс виявляється обмежено (допускає певні помилки та неточності тощо).
D 64 – 73 Задовільно	Студент виявляє знання основного матеріалу, має обізнаність з культурологічної літератури, намагається аналізувати мистецькі твори і концепції, робити висновки, але при цьому допускає грубі помилки і не може переконливо викласти матеріал щодо заданої теми.
E 60 – 63 Задовільно	Студент виявляє знання основного навчального матеріалу в обсязі, задовільному для подальшої фахової діяльності. Практична підготовка загалом відповідає вимогам, студент демонструє певні навички, але форма виступу нестабільна, є помітні погрішності методологічного характеру.
F 35 – 59 Не задовільно	Студент емоційно скутий, не впевнений у своїх відповідях. Не розуміє основної сутності завдання, не може зробити висновки й узагальнення. Виступ невиразний та непереконливий.
FX 1 – 34 Не задовільно	Недбалість студента щодо власної підготовки. Не має впевнених знань з курсу. Не демонструє належної форми публічного виступу та необхідних практичних навичок.

Розподіл балів

Поточний контроль								Разом	Сума
РОЗДІЛ 1		РОЗДІЛ 2			РОЗДІЛ 3				
Т 1.1	Т 1.2	Т 2.1	Т 2.2	Т 2.3	Т 3.1	Т 3.2	Т 3.3		
Поточний контроль								60	100
5	5	10	5	10	5	10	10		
Контроль самостійної роботи								40	
5	5	5	5	5	5	5	6		

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для екзамену, заліку, курсового проекту (роботи), практики
90 – 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	задовільно
60 - 63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного

		складання
1 - 34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

5. Засоби діагностики результатів навчання

1. Засобом діагностики результатів навчання є залік, написання рефератів, есе, публічний захист презентацій.

6. Програма навчальної дисципліни

РОЗДІЛ 1. Паблік рілейшнз (ПР) як сфера професійної діяльності

- 1.1. Виникнення і розвиток ПР як сфери професійної діяльності.
- 1.2. Особливості реалізації комунікаційно-організаційних функцій в системі соціального управління.

РОЗДІЛ 2 . Засоби реалізації завдань паблік рілейшнз

- 2.1. Особливості реалізації завдань ПР у ЗМІ.
- 2.2. Реклама як засіб ПР.
- 2.3. Організація роботи в паблік рілейшнз

РОЗДІЛ 3. Особливості використання паблік рілейшнз у різних сферах суспільного життя

- 3.1. Використання ПР у політичній і гуманітарній сферах, у державному управлінні і місцевому самоврядуванні.
- 3.2. ПР як засіб впливу на процеси в економічній сферію.
- 3.3. Псевдо-технології паблік рілейшнз і протидія їм.

6.1. Інформаційний зміст навчальної дисципліни

Розділ 1. Паблік рілейшнз (ПР) як сфера професійної діяльності.

Тема 1.1. Виникнення і розвиток ПР як сфери професійної діяльності.

Сутність і принципи ПР. Спільні і відмінні ознаки ПР та інших сфер діяльності. Спільні і відмінні ознаки П Р і журналістики. Спільні і відмінні ознаки ПР і реклами. Спільні і відмінні ознаки ПР і інформаційно-комунікаційних технологій. Організаційно-психологічні передумови ефективності ПР.

Тема 1.2. **Особливості реалізації комунікаційно-організаційних функцій в системі соціального управління.** Роль ПР у забезпеченні ефективної роботи фірми (організації). ПР у системі менеджменту. ПР у системі маркетингу. ПР у забезпеченні зовнішніх зв'язків фірми (організації). ПР у формуванні іміджу фірми (організації). ПР як засіб протидії кризовим ситуаціям. Використання ПР у лобістських цілях. Інформаційно-посередницькі функції ПР.

Розділ 2. Засоби реалізації завдань паблік рілейшнз

Тема 2.1. **Особливості реалізації завдань ПР у ЗМІ.** Аналітична робота ПР-служб із ЗМІ. Організаційна робота ПР-структур із ЗМІ. Безпосереднє спілкування з журналістами. Робота прес-служб.

Тема 2.2. **Реклама як засіб ПР.** Робота на виставках як засіб ПР. Публічний виступ як чинник налагодження громадських зв'язків. Організація представницьких заходів як елемент системи ПР. Ділові наради і ділові переговори в системі ПР.

Тема 2.3. Організація роботи в паблік рілейшнз

Побудова ПР-структур. Нормативно-правові засади ПР-діяльності. Етичні засади ПР-діяльності. Матеріально-технічне і фінансове забезпечення ПР-діяльності. ПР-кампанія як організаційна форма діяльності в ПР. Підготовка ПР-кампанії.

Розділ 3. Особливості використання паблік рілейшнз у різних сферах суспільного життя

Тема 3.1. **Використання ПР у політичній і гуманітарній сферах, у державному управлінні і місцевому самоврядуванні.** Технології успіху у виборчих кампаніях. Особливості використання ЗМІ у виборчій кампанії. ПР у забезпеченні функціонування і розвитку соціальної і гуманітарної сфер. Використання ПР в реалізації проектів (програм) ПР як засіб сприяння взаємодії влади, бізнесу і громадськості

Тема 3.2. **ПР як засіб впливу на процеси в економічній сферію.** ПР як чинник стимулювання інноваційних процесів. ПР як засіб розв'язання проблем інвестиційної діяльності. Особливості використання ПР у банківській сфері. Вплив ПР на розвиток підприємництва.

Тема 3.3. **Псевдо-технології паблік рілейшнз і протидія їм.** Основні прийоми псевдотехнологій ПР («чорних паблік рілейшнз»). Маніпулювання громадською думкою з використанням ЗМІ. Можливості протидії псевдотехнологіям ПР. Професійність ПР-фахівця як засіб протидії псевдотехнологіям.

6.2. Структура та обсяг навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
		Лекції	Практ.	Лабор.	Конс.	Самост.р		Лекції	Практ.	Лабор.	Конс.	Самост. робота

РОЗДІЛ 1. Паблік рілейшнз (ПР) як сфера професійної діяльності												
Тема 1.1. Виникнення і розвиток ПР як сфери професійної діяльності.	20	4	4			12						
Тема 1.2. Особливості реалізації комунікаційно-організаційних функцій в системі соціального управління.	24	4	6	2		12						
РОЗДІЛ 2. Засоби реалізації завдань паблік рілейшнз												
Тема 2.1. Особливості реалізації завдань ПР у ЗМІ.	22	4	6			12						
Тема 2.2. Реклама як засіб ПР.	20	4	4			12						
Тема 2.3. Організація роботи в паблік рілейшнз	22	4	6	2		12						
РОЗДІЛ 3. Особливості використання паблік рілейшнз у різних сферах суспільного життя												
Тема 3.1. Використання ПР у політичній і гуманітарній сферах, у державному управлінні і місцевому самоврядуванні.	22	4	6			12						
Тема 3.2. ПР як засіб впливу на процеси в економічній сфері.	24	6	6			12						
Тема 3.3. Псевдотехнології паблік рілейшнз і протидія їм.	24	6	6			12						
Усього годин	180	36	44	4		96						

Теми лекційних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Виникнення і розвиток ПР як сфери професійної діяльності.	4	

2	Особливості реалізації комунікаційно-організаційних функцій в системі соціального управління.	4	
3	Особливості реалізації завдань ПР у ЗМІ.	4	
4	Реклама як засіб ПР.	4	
5	Організація роботи в паблік рілейшнз	4	
6	Викори-стання ПР у політичній і гуманітарній сфе-рах, у державному управлінні і місце-вому самовря-дуванні.	4	
7	ПР як засіб впливу на процеси в еконо-мічній сфері.	6	
8	Псевдо-технології паблік рілейшнз і протидія їм.	6	
	Разом	36	

Теми практичних (семінарських) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Виникнення і розвиток ПР як сфери професійної діяльності.	4	
2	Особливості реалізації комунікаційно-організаційних функцій в системі соціального управління.	6	
3	Особливості реалізації завдань ПР у ЗМІ.	6	
4	Реклама як засіб ПР.	4	
5	Організація роботи в паблік рілейшнз	6	
6	Викори-стання ПР у політичній і гуманітарній сфе-рах, у державному управлінні і місце-вому самовря-дуванні.	6	
7	ПР як засіб впливу на процеси в еконо-мічній сфері.	6	
8	Псевдо-технології паблік рілейшнз і протидія їм.	6	
	Разом	44	

Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Виникнення і розвиток ПР як сфери професійної діяльності.	12	
2	Особливості реалізації комунікаційно-організаційних функцій в системі соціального управління.	12	
3	Особливості реалізації завдань ПР у ЗМІ.	12	
4	Реклама як засіб ПР.	12	
5	Організація роботи в паблік рілейшнз	12	
6	Використання ПР у політичній і гуманітарній сферах, у	12	

	державному управлінні і місцевому самоврядуванні.		
7	ПР як засіб впливу на процеси в економічній сфері.	12	
8	Псевдо-технології паблік рілейшнз і протидія їм.	12	
	Разом	96	

7. Рекомендовані джерела інформації

Основні:

1. Королько В.Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 2-е вид. доп. – К.: «Скарби», 2001. – 400 с.
2. Королько В.Г. Основи паблік рілейшнз. - М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», – 2001. – 528 с.
3. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз: Навч. посіб. - 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2006. – 327 с.

Додаткові:

1. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О.М. Азарян, О.А. Виноградов та ін.: Ред.-упор. О.І. Сидоренко, П.С. Редько – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005. – 422 с.
2. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Маркетинг: Навчальний посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2003. – 326 с.
3. Примак Т.О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2003. – 200 с.
4. Теорія і практика маркетингу в Україні: Монографія / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак, В.Я. Кардаш, В.П. Пилипчук та ін.; За ред. д. е. н, проф., акад. АПН України А.Ф. Павленка. – К.: КНЕУ, 2005. – 584 с.
5. Маркетинг: принципи і функції. Навчальний посібник для вищих навчальних закладів. – 3-є видання перероб. і доп. / За ред. О.М. Азарян. – Харків: Студцентр, 2002. – 320 с.
6. Про рекламу: Закон України від 3 липня 1996 р. // Законодавство про рекламу – К.: Спілка рекламистів України, 1998. – 53 с.

9. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна (за потребою)

Засоби ІКТ, презентації.

10. Інформаційні ресурси

<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B2%27%D1%8F%D0%B7%D0%BA%D0%B8%D0%B7%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8E>
<http://www.info-library.com.ua/books-text-9602.html>