**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Кафедра *педагогіки та психології управління соціальними системами ім. акад. І.А. Зязюна*

«**ЗАТВЕРДЖУЮ**»

Завідувач кафедри *\_ педагогіки та психології управління соціальними системами ім. акад. І.А. Зязюна*\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Олександр РОМАНОВСЬКИЙ

 (підпис)

«15» 06. 2022 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА ТА PR-ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ

рівень вищої освіти *другий (магістерський)*

 перший (бакалаврський) / другий (магістерський)

галузь знань *23 Соціальна робота*

спеціальність *232* *Соціальне забезпечення*

освітньо-професійна програма *232 Управління в сфері соціального забезпечення*

вид дисципліни *професійна (обов’язкова) підготовка*

 (загальна підготовка / професійна підготовка; обов’язкова/вибіркова)

форма навчання *денна* , *заочна*

Харків – 2022 рік

**ЛИСТ ЗАТВЕРДЖЕННЯ**

Робоча програма з навчальної дисципліни

ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА ТА PR-ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ

Розробники:

*Професор кафедри ППУСС, д.держ.упр.*\_\_\_\_ \_\_\_\_ *Лариса ГРЕНЬ*

*Доцент кафедри ППУСС, к.держ.упр.*\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ *Ольга ГРИБКО*

Робоча програма розглянута та затверджена на засіданні кафедри

*\_ педагогіки та психології управління соціальними системами ім. акад. І.А. Зязюна*

Протокол № 13 від «15» 06. 2022 року

Завідувач кафедри *\_ педагогіки та психології управління соціальними системами ім. акад. І.А. Зязюна*

Олександр РОМАНОВСЬКИЙ

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Шифр та назва освітньої програми | ПІБ Гаранта ОП | Підпис, дата |
| **232 Соціальне забезпечення** | **Лариса Грень** | **Polish_20220720_125656956** |

15. 06. 2022 р.

**ЛИСТ ПЕРЕЗАТВЕРДЖЕННЯ РОБОЧОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Дата засідання кафедри – розробника РПНД | Номер протоколу | Підпис завідувача кафедри | Підпис голови НМК (для дисциплін загальної підготовки та дисциплін професійної підготовки за спеціальністю) або завідувача випускової кафедри (для дисциплін професійної підготовки зі спеціалізації, якщо РПНД розроблена не випусковою кафедрою) |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ, РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ
ТА СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

*Метою вивчення навчальної дисципліни* є формування знань про інформаційну політику та комплексне уявлення про сутність паблік рілейшнз (PR), про роль і вплив PR на соціальні, політичні процеси в державі; сприяння оволодінню здобувачами освіти управлінськими, психологічними, етичними, комунікаційними методами створення іміджу. Дисципліна чітко вкладається в структурну схему магістра з соціального забезпечення, ґрунтуючись на знаннях та вміннях, набутих здобувачами освіти під час попереднього навчання.

Компетенція: здатність розв’язувати складні задачі і проблеми у галузі соціального забезпечення, що передбачає здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

*Загальні компетенції*:

ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК6. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК7. Навички міжособистісної взаємодії.

*Спеціальні* *компетенції*:

 СК9. Здатність до оцінки процесу і результату професійної діяльності та якості соціальних послуг.

 СК10. Здатність виявляти професійну ідентичність та діяти згідно з цінностями працівника соціальної сфери.

*Фахові компетенції*:

ФК1. Здатність забезпечувати управління соціальними процесами та функціонування системи надання соціальних послуг у територіальній громаді

**Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання**

|  |  |
| --- | --- |
| Шифр | Зміст |
| Спеціальна (фахова) підготовка |
| РН3 | Володіння методами комунікації у застосуванні різних форм взаємодії та спільної діяльності |
| РН5 | Проектувати теоретичну модель роботи з об’єктами соціального забезпечення в рамках соціальних служб, організацій, установ |
| РН12  | Виявляти потреби різних верств населення та розробляти відповідні програми соціального захисту щодо їх вирішення |
| ПРН2 | Використовувати різні форми і методи соціальної профілактики негативних соціальних явищ: соціального сирітства, насильства, безробіття |

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

|  |  |
| --- | --- |
| Попередні дисципліни: | Наступні дисципліни: |
| – | Національна безпека у сфері соціального захисту |
|  | Лідерство в управлінні соціальними процесами |
|  | Системний підхід в управлінніта організація праці управлінця |

**ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

(розподіл навчального часу за семестрами та видами навчальних занять)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Семестр | Загальний обсяг годин / кредитів ECTS | З них | За видами аудиторних занять (годин) | Індивідуальні завдання студентів (КП, КР, РГ, Р, РЕ) | Поточний контроль | Семестровий контроль  |
| Аудиторні заняття (годин) | Самостійна робота (годин) | Лекції | Лабораторні заняття | Практичні заняття, семінари | Контрольні роботи (кількість робіт) |   |  Залік  |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| I | 120/4 | 48 | 72 | 32 | - | 16 | - | 2 | - | 1 |

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до загального обсягу складає 42 %.

**СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Порядковий №  | Види навчалн. Занять(Л; ЛЗ; ПЗ; С, М) | Кількість годин | Номери семестрів, найменування тем і питань кожного заняття.Завдання на самостійну роботу студентам | Інформаційно-методичне забезпечення |
| **Змістовий модуль № 1****Інформаційна політика та теоретико-методологічні основи паблік рілейшнз (PR), роль PR в сучасному світі**  |
|  | **Л** | **2** | Тема 1. **Становлення концепції інформаційного суспільства***План*: 1.1. Всесвітня історія крізь призму розвитку технології і знання. Доіндустріальне, індустріальне і постіндустріальне суспільства. 1.2. Інформаційне суспільство як фаза розвитку постіндустріалізму. Природа, статус і соціальні рамки інформаційного суспільства. 1.3. Теоретичні концепції інформаційного суспільства. 1.4. Основні моделі становлення інформаційного суспільства | 1. Кулицький С.П. (2002). Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: Навч. посіб. К.: МАУП. 224с. 2. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Уклад. А. М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с. |
|  | **СР** | **6** | Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до практичних занять.  |
|  | **Л** | **4** | Тема 2.**Україна в світовому інформаційному просторі сучасні концепції цивілізацій** *План* 2.1. Сучасні концепції розвитку цивілізацій. 2.2. Інформаційно-комунікаційні технології як чинник розвитку інформаційного суспільства. 2.3. Інформаційна технологізація суспільного життя. 2.4 Загрози в інформаційній сфері. 2.5. Інформаційні позиції та імідж України. 2.6. Інформаційна політика зарубіжних країн. 2.7. Зовнішні чинники впливу на Україну. 2.8. Інформаційна політика України щодо поліпшення її міжнародного іміджу. | 1. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [Навчальний посібник] / О.В.Курбан. К.: Кондор-Видавництво, 2014. 246 с.2. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Уклад. А. М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с. |
|  | **ПЗ** | **2** | Обговорення питань з тем 1-2.Ділова гра  |
|  | **СР** | **6** | Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до практичних занять.  |
|  | **Л** | **4** | Тема 3. **Вступ до PR: основні поняття, сутність. Основні категорії паблік рилейшнз як науки та управлінської діяльності***План*: 3.1. Виникнення і розвиток PR як сфери професійної діяльності.3.2.  Етапи становлення зв’язків з громадськістю. 3.3. PR як наука та мистецтво налагодження взаєморозуміння. 3.4.PR як інструмент впливу, переконання і досягнення згоди в суспільстві, гармонізації суспільних відносин. 3.5. PR у функціональній структурі організації: функція управління та складова частина комунікативної політики організації, спрямована на формування сприятливої громадської думки. 3.6. Класифікація визначень зв’язків з громадськістю. 3.7. Сутність і принципи PR. Значення зв’язків з громадськістю в демократичному та авторитарному суспільствах. | 1. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Уклад. А. М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с. |
|  | **ПЗ** | **2** | Обговорення питань з теми 3  |
|  | **СР** | **6** | Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до практичних занять. |
|  | **Л** | **2** | Тема 4. **Особливості реалізації комунікаційно-організаційних функцій в системі соціального управління***План*: 4.1. Роль PR у забезпеченні ефективної роботифірми (організації)4.2. PR у системі менеджменту4.3. PR у системі маркетингу4.4. Методи вивчення інформаційних потреб | 1. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [Навчальний посібник] / О.В.Курбан. К.: Кондор-Видавництво, 2014. 246 с.2. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Уклад. А. М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с. |
|  | **ПЗ** | **2** |  Обговорення питань з тем и 4 |
|  | **СР** | **6** | Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до практичних занять.  |
|  | **Л** | **4** | Тема 5. **Система масових комунікацій у суспільстві. Стратегічні комунікації** *План*: 5.1. PR у забезпеченні зовнішніх зв’язків фірми (організації)5.2. PR у формуванні іміджу фірми (організації)5.3.Організація та проведення: - прес-конференції, як однієї з найефективніших форм спілкування із ЗМІ; - брифінгу; віртуальної прес-конференції в Інтернеті (Інтернет-конференції); - прес-туру (паблик-туру); прес-клубу та прес-пулу;- спільні конференції та семінари зі ЗМІ; - відеоконференції та телемости; прес-сніданку; неофіційні зустрічі з журналістами або головними редакторами; - проведення інтерв’ю; презентація; інформаційне спонсорство.Тема 5. 5.4. PR як засіб протидії кризовим ситуаціям5.5. Використання PR у лобістських цілях5.6. Інформаційно-посередницькі функції PR | 1. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [Навчальний посібник] / О.В.Курбан. К.: Кондор-Видавництво, 2014. 246 с.2. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Уклад. А. М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с. |
|  | **ПЗ** | **2** | Обговорення питань з тем и 5 |
|  | **СР** | **4** | Вивчення лекційного матеріалу, Підготовка до практичних занять.  |  |
|  | **Змістовий модуль № 2****Інформація та управління в соціальних системах** |
|  | **Л**  | **2** | Тема 6. **Механізм взаємодії із засобами масової інформації**План: 6.1. Засоби масової інформації: сутність, цілі, функції, права та обов’язки; 6.2. Характеристика зв’язків і співпраця зі ЗМІ. 6.3. Механізм взаємодії; аналіз стану і перспективи розвитку засобів масової інформації в Україні | 1. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [Навчальний посібник] / О.В.Курбан. К.: Кондор-Видавництво, 2014. 246 с.2. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Уклад. А. М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с. |
|  | **СР** | **4** | Вивчення лекційного матеріалу.Підготовка до практичних занять.  |
|  | **Л** | **2** | Тема 7. **Планування, організація та здійснення зв’язків з громадськістю***План*: 7.1. Характеристика етапів становлення й розвитку організаційних форм управління зв’язками з громадськістю.7.2. Планування зв’язків з громадськістю. 7.3. Розробка програм. 7.4. Аналіз особливостей планування та організації проведення кампаній зі зв’язків з громадськістю | 1. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [Навчальний посібник] / О.В.Курбан. К.: Кондор-Видавництво, 2014. 246 с. 2. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Уклад. А. М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с. |
| **17.** | **ПЗ** | **2** | Обговорення питань з тем 6-7 |
| **18.**  | **СР** | **4** | Вивчення лекційного матеріалу, Підготовка до практичних занять.  |
| **19.**  | **Л** | **4** | Тема 8. **Зв’язки з громадськістю в промисловості та комерційній діяльності, у фінансовій сфері***План*: 8.1. Сутність і завдання системи зв’язків з громадськістю в промисловості.8.2. Аналіз особливостей зв’язків з громадськістю в комерційній діяльності. 8.3. Проблеми внутрішньопромислових і комерційних комунікацій.8.4. Характеристика системи зв’язків з громадськістю у фінансовій сфері. Її завдання та функції.8.5. Характеристика зв’язків з громадськістю у відносинах з інвесторами | 1. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [Навчальний посібник] / О.В.Курбан. К.: Кондор-Видавництво, 2014. 246 с.2. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Уклад. А. М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с. |
| **20.** | **СР** | **6** | Вивчення лекційного матеріалу, Підготовка до практичних занять |
| **21.**  | **ПЗ** | **2** | Обговорення питань з теми 8 |
| **22.** | **Л** | **2** | Тема 9.**Корпоративний імідж та його використання у зв’язках з громадськістю***План*: 9.1. Сутність і основні складові корпоративного іміджу.9.2. Місце і роль особистого іміджу керівника (лідера) у формуванні корпоративного іміджу.9.3. Етапи просування і використання корпоративного іміджу у зв’язках з громадськістю | 1. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [Навчальний посібник] / О.В.Курбан. К.: Кондор-Видавництво, 2014. 246 с. 2. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Уклад. А. М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с. |
| **23.** | **СР** | **6** | Вивчення лекційного матеріалу, Підготовка до практичних занять.  |
| **24.** | **Л** | **2** | Тема 10. **Зв’язки з громадськістю – передумова успіху в маркетингу і менеджменті***План*: 10.1. Характеристика мети і завдання зв’язків з громадськістю в сучасному маркетингу.10.2. Вплив зв’язків з громадськістю на ефективність реалізації концепції маркетингу.10.3. Аналіз зв’язків з громадськістю в кризових ситуаціях та управління ними | 1. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [Навчальний посібник] / О.В.Курбан. К.: Кондор-Видавництво, 2014. 246 с. 2. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Уклад. А. М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с. |
|  | **ПЗ** | **2** | Обговорення питань з тем 9-10.Ділова гра  |
|  | **СР** | **6** | Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до практичних занять.  |
|  | **Л** | **2** | Тема 11. **Зв’язки з громадськістю і відносини з державою***План*: 11.1. Взаємодія з органами державного управління як запорука успіху у виробничій і комерційній діяльності.11.2. Використання PR у лобістських цілях.11.3. Зв’язки з громадськістю в державній фінансовій галузі.11.4. Роль держави у становленні інформаційного суспільства  | 1. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [Навчальний посібник] / О.В.Курбан. К.: Кондор-Видавництво, 2014. 246 с.2. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Уклад. А. М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с. |
|  | **СР** | **6** | Вивчення лекційного матеріалу, Підготовка до практичних занять, Підготовка індивідуального завдання (тема вибирається зі списку) |
|  | **Л** | **2** | Тема 12. **Міжнародні зв’язки з громадськістю (PR)***План*: 12.1. Сутність, суб’єкти та об’єкти міжнародних зв’язків з громадськістю.12.2. Імідж країни та його роль у міжнародних зв’язках з громадськістю. 12.3. Міжнародні комунікації й аналіз міжнародної інформації.12.4. Нові інформаційні технології та їхня роль у розвитку зв’язків з громадськістю в соціально-економічній діяльності | 1. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [Навчальний посібник] / О.В.Курбан. К.: Кондор-Видавництво, 2014. 246 с.2. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Уклад. А. М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с. |
|  | **ПЗ** | **2** | Обговорення питань з теми 11-12. Презентація  |
|  | **СР** | **4** | Вивчення лекційного матеріалу. Підготовка до заліку.  |
|  | **Л** | **32** |  | 120 |
|  | **ПЗ** | **16** |  |
|  | **СР** | **72** |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №з/п | Назва видів самостійної роботи | Кількість годин |
| 1 | Опрацьовування лекційного матеріалу | 16 |
| 2 | Підготовка до практичних (лабораторних) занять  | 16 |
| 3 | Самостійне вивчення тем та питань, які не викладаються на лекційних заняттях  | 40 |
| 4 | Виконання індивідуального завдання (КР) | 0 |
| 5 | Інші види самостійної роботи | 0 |
|  | **Разом** | 72 |

**ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ**

**МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

При викладанні навчальної дисципліни для активізації навчального процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій, таких, як: проблемні лекції; робота в малих групах; семінари-дискусії; кейс-метод; ділові ігри.

**Проблемні лекції** спрямовані на розвиток логічного мислення студентів.

**Міні-лекції** передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу й характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень.

**Робота в малих групах** дає змогу структурувати лекційні або лабораторні заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування.

**Презентації** – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань.

**Ділові та рольові ігри** – форма активізації студентів, за якої вони задіяні в процесі інсценізації певної виробничої ситуації у ролі безпосередніх учасників подій.

**Мозкові штурми –** метод розв’язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити як найбільшу кількість ідей за дуже обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію.

**Кейс-метод** – метод аналізу конкретних ситуацій.

**Розподіл форм та методів активізації процесу навчання за темами навчальної дисципліни «Основи інформаційно-аналітичної діяльності керівника соціального закладу»**

|  |  |
| --- | --- |
| **Тема** | **Практичне застосування навчальних технологій** |
| Тема № 1. Становлення концепції інформаційного суспільства | Проблемна лекціяМіні-лекціяМозковий штурм |
| Тема № 2. Україна в світовому інформаційному просторі сучасні концепції цивілізацій  | Проблемна лекціяДілова гра |
| Тема № 3.Вступ до PR: основні поняття, сутність. Основні категорії паблік рилейшнз як науки та управлінської діяльності  | Проблемна лекціяМіні-лекціяРобота в малих групахПрезентація |
| Тема №4. Особливості реалізації комунікаційно-організаційних функцій в системі соціального управління | Проблемна лекціяМіні-лекціяПрезентаціяМозковий штурм |
| Тема № 5. Система масових комунікацій у суспільстві. Стратегічні комунікації  | Проблемна лекціяПрезентаціяКейс-метод |
| Тема № 6. Механізм взаємодії із засобами масової інформації | Проблемна лекціяМіні-лекціяДілова граМозковий штурм |
| Тема № 7. Планування, організація та здійснення зв’язків з громадськістю | Проблемна лекціяПрезентаціяМозковий штурм |
| Тема № 8. Зв’язки з громадськістю в промисловості та комерційній діяльності, у фінансовій сфері | Проблемна лекціяМіні-лекціяПрезентаціяМозковий штурм |
| Тема № 9. Корпоративний імідж та його використання у зв’язках з громадськістю | Проблемна лекціяПрезентація |
| Тема № 10. Зв’язки з громадськістю – передумова успіху в маркетингу і менеджменті | Проблемна лекціяМіні-лекціяПрезентаціяДілова гра |
| Тема № 11. Зв’язки з громадськістю і відносини з державою | Проблемна лекціяМіні-лекціяПрезентаціяКейс-метод |
| Тема № 12. Міжнародні зв’язки з громадськістю (PR) | Проблемна лекціяПрезентація Кейс-метод |

**МЕТОДИ КОНТРОЛЮ**

Система оцінювання знань, вмінь та навичок студентів передбачає виставлення оцінок за усіма формами проведення занять. Перевірка та оцінювання знань студентів може проводитись у таких формах:

1. Оцінювання роботи студентів у процесі лабораторних занять.
2. Проведення проміжного контролю.
3. Проведення модульного контролю.

Загальна модульна оцінка складається з поточної оцінки, яку студент отримує під час лабораторних занять та оцінки за виконання модульної контрольної роботи.

Загальна оцінка з дисципліни визначається як середнє арифметичне модульних оцінок.

**Порядок поточного оцінювання знань студентів**

Поточне оцінювання здійснюється під час проведення лабораторних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Об'єктами поточного контролю є:

1) активність та результативність роботи студента протягом семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни; відвідування занять;

2) виконання проміжного контролю;

3) виконання модульного контрольного завдання.

**Контроль систематичного виконання самостійної роботи та активності на практичних заняттях**

Оцінювання проводиться за 5-бальною шкалою за такими критеріями:

1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;

2) ступінь засвоєння матеріалу дисципліни;

3) ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;

4) уміння поєднувати теорію з практикою при розгляді виробничих ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків при виконанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;

5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

Оцінка «відмінно» ставиться за умови відповідності виконаного завдання студента або його усної відповіді до всіх п'яти зазначених критеріїв.

Відсутність тієї чи іншої складової знижує оцінку на відповідну кількість балів.

При оцінюванні практичних завдань увага приділяється також їх якості та самостійності, своєчасності здачі виконаних завдань викладачу (згідно з графіком навчального процесу). Якщо якась із вимог не буде виконана, то оцінка буде знижена.

**Проміжний модульний контроль**

Проміжний модульний контроль рівня знань передбачає виявлення опанування студентом матеріалу лекційного модуля та вміння застосовувати його для вирішення практичної ситуації і проводиться у вигляді контрольної роботи за темами 1-го та 2-го модулю.

**Проведення модульного контролю**

Модульний контроль здійснюється та оцінюється за допомогою проведення контрольної роботи за всіма темами дисципліни.

Підсумкова оцінка з дисципліни розраховується як середня з кількох складових, що враховує оцінки кожного виду контролю (дві оцінки за результатами поточного модульного контролю, оцінку за курсовий проект і підсумкову контрольну роботу).

**РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ, ТА ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ТА УМІНЬ (НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS)**

**Таблиця 1. – Розподіл балів для оцінювання успішності студента для заліку**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Аудиторна та позааудиторна робота | Модульнийконтроль\*  | Залік |  Сума |
| Змістовий модуль 1 | Змістовий модуль 2 |
| Т1 | Т2 | Т3 | Т4 | Т5 | Т6 | Т7 | Т8  | Т9 | Т10 | Т 11 | Т12 | к/р 1 | к/р 2 |  |  |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 10 | 10 | 20 |  100 |

\* - контрольна робота 1 (к/р 1) проводиться після змістовного модуля 1; контрольна робота 2 (к/р 2) проводиться після змістовного модуля 2

**Таблиця 2 – Шкала оцінювання знань та умінь: національна та ЄКТС**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ECTS | Оцінка за національною шкалою |
| 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 |
| 0–34 | F | незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни |

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

1. Актуальні проблеми державної інформаційної політики в Україні.

Аналітична записка. URL: http://old.niss.gov.ua/ Monitor/april08/3.htm

1. Арістова І. В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові

аспекти. Харків: Вид-во Ун-ту внутр. справ, 2000. 368 с.

1. Богуш В. М., Юдін О. К. Інформаційна безпека держави. К.: «МК-

Прес», 2005. 432 с.

1. Борисенко Л. Технології державного піару. Консалтинг в Україні. 2008. № 3 (44). С. 18 - 21.
2. Бурдак І. Г. Реалізація місії компанії за допомогою PR-стратегії / І. Г. Бурдак, О. В. Валентієва, О. В. Чиньонова // Держава та регіони. 2008. № 2. С. 19 -22.
3. Валевський О. Л. Державна політика в Україні: методологія аналізу, стратегія, механізми впровадження: монографія / О. Л. Валевський. К.: НІСД, 2001. 242 с.
4. Гнатюк С. Формування позитивного міжнародного іміджу української

держави в інформаційному просторі. URL: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/December2009/02.htm>

1. Головатенко О. О. Основи організаціїї та проведення PR-компанії. Сучас. інформ. технології та телекомунікац. мережі : тези доп. 41-ої наук. конф. молодих дослід. ОПУ- магістрантів. МОН України, ОНПУ. 2006. С. 93.
2. Гутброд Г.,Бєляков О. Успішна комунікація в бізнесі та освіті: Навч. посібник. К.: Вид.-поліграф. центр «Київ. ун-т», 2006. 207 с.
3. Дубас О. П. Інформаційний розвиток сучасної України у світовому

контексті. К.: Генеза, 2004. 276 с.

1. Кацал І. Завжди актуальний жанр : політичний піар : ефективні технології Консалтинг в Україні. 2008. № 11-12 (52 - 53). С. 31 - 34.
2. Кацал І. Закони створення успішного рекламного тексту. Консалтинг в Україні. 2008. № 3 (44). С. 30-33.
3. Кацал І. Фінансовий піар: поза межами можливого / І. Кацал // Консалтинг в Україні. 2008. № 5-6. С. 25-30.
4. Королько В.Г. Паблик рілейшнз. Наукові основи, методика, практика. Підручник. К.: ВД «Скарби», 2001. 265 с.
5. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [Навчальний посібник] / О.В.Курбан. К.: Кондор-Видавництво, 2014. 246 с.
6. Лук`янець Т. I. Маркетингова політика комунікацій : навч.-метод. посiб. для самост. вивчення дисципліни. К. : КНЕУ, 2002. 272 с.
7. Малиновський В. Я. Державне управління: навч. посіб. Луцьк: Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки, 2009. 558 с.
8. Мельник А. Ф. Менеджмент державних установ і організацій: навч. посіб. Київ: ВД «Професіонал», 2006 р. 464 с.
9. Мойсеєв В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб. К. : Академвидав, 2007. 224 с. (Альма-матер). Літ. : С. 220-223.
10. Обритько Б. А. Реклама і рекламна діяльність : курc лекцій. К. : МАУП, 2002. 240 с. Літ. : С. 236-237.
11. Орлов П. І., Луганський О. М. Інформаційні системи та технології в управлінні, освіті, бібліотечній справі: Донецьк: Альфа-прес, 2004. 292 с.
12. Панчук А. М., Ралдугін Є. О., Клименко І. В. Моделювання, інформаційні системи і технології в державному управлінні: навч. пос. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 263 с.
13. Почепцов Г. Г., Чукут С. А. Інформаційна політика: навч. посіб. К.: Знання, 2008. 663 с.
14. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посiб. К. : МАУП, 2007. 104с.
15. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Уклад. А.М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с.
16. Ткачук О., Бевз О. Сім`я PR: GR + IR – кольорова суть успіху. Маркетинг в Україні. 2010. № 2 (60). С. 19 - 24.
17. Утвенко В.В. Система соціального забезпечення та соціальної підтримки: навч. посіб. Київ : ДП «Вид. дім «Персонал», 2018. 248 с.

**ДОПОМІЖНА ЛІТЕРАТУРА**

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рілейшнз: [монографія]. К.:МАУП, 2005. 440 с.
2. Берегова О. М. Сучасні комунікації в культурі України: Навч.посібник. К.: НМАУ. 2006. 178 с.
3. Берегова О. М. Комунікація в соціокультурному просторі України: технологія чи творчість .К.: НМАУ. 2006. 388 с.
4. Державна інформаційна політика і національні інформаційні ресурси.

URL: http://www.refine.org.ua/ pageid-982–1.html

1. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного

суспільства в Україні на 2007–2015 роки» від 09.01.2007 № 537-V. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/537-16>

1. Зубок М. І. Інформаційна безпека в підприємницькій діяльності. К.:

ГНОЗІС, 2015. 216 с.

1. Королько В.Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика: Підручник. К.: Вид. дім «Скарби», 2001. 400 с.
2. Королько В. До питання про соціальну роль та етику паблик рілейшнз. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2006. № 1 (січень - березень). С. 62-75.
3. Королько В. Система паблик рілейшнз як чинник становлення громадянського суспільства. Суспільна трансформація: концептуалізація, тенденції, український досвід. К.: Інститут соціології НАНГ України, 2004. С. 121-172.
4. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: експертна думка. За заг. ред. О.Лазоренко. К.: Стилос, 2007. 152 с.
5. Косенко В. Реклама – двигун торгівлі. Монтаж + технологія. 2004. №2. C.70 –73.
6. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. К.: Стандарт, 2008. 302 с.
7. Куліш А. Соціальна відповідальність бізнесу в банківській сфері у запитаннях та відповідях. К.: ТОВ «НВП Поліграфпрес». 2007. 80 с.
8. Курбан О.В. Правові основи функціонування соціальних комунікацій в Україні. Держава і право: Зб. наук. праць. Юридичні і політичні науки. Вип.46. К.: Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького НАН України, 2009. 692 с. С. 627 – 631.
9. Курбан О.В. До питання про технології діагностування та моделювання соціокомунікативних процесів. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. 2009. Випуск XXIII. С. 54 – 60.
10. Курбан О.В. Діагностика та моделювання PR-процесів: Монографія. К.: Укр. конфедер. журналістів, 2012. 160 с.
11. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід: Пер. з англ. К.: К.І.С., 2002. 264 с.
12. Літнарович Р. М. Сучасні технології інформаційної безпеки: навч.

посіб. Частина 1. Рівне: МЕГУ, 2011. 97 с.

1. Макаренко Е.А, Рижков М.М., Ожеван М.А. Аналітика, експертиза, прогнозування. К.: НВЦ «Наша культура і наука», 2003. 614 с.
2. Матвієнко В.Я. Соціальні технології. К.: Українські пропілеї, 2001. 446 с.
3. Міжнародно-правові акти в інформаційній сфері. Упор. Ю.В. Пасічник. К.: ТОВ «Видав-во «Юридична думка», 2005. 328 с.
4. Парсяк В.Н., Рогов Г.К. Маркетингові дослідження: Навч. посібник. Херсон: Олді-плюс, 2004. 200 с.
5. Почепцов Г.Г. Інформаційна політика: Навч. посібник. К.: Знання, 2008. 663 с.
6. Пушкар О.І., Гірковатий В.М., Євсеєв О.С., Потрашкова Л.В. Системи підтримки прийняття рішень: Навч. посібник. Харків: ВД «Інжек», 2006. 304 с.
7. Ромат Є.В. Основи реклами: Навч. посібник. К.: Студцентр, 2006. 288 с.
8. Соколян М. Внутрішній комунікаційний аудит. Діагноз: людський чинник. Києво-Могилянська бізнес Студія. 2004. №9. С. 15 – 20.
9. Соціальна комунікація [Електронний ресурс]: [сайт] Вікіпедія. Електронні данні. URL: http://uk.wikipedia.org/wiki/
10. Чупрій Л. В. Створення позитивного іміджу України у світі. URL:

<http://opros-dim.com/index.php?/stvorennja-pozitivnogo-imidzhu-ukrayini-usviti>. html

1. Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика: Підручник. К.: «Бізнесполіграф». 2011. 464 с.
2. Яцько Н.Б. PR та маніпуляції: практичний словник. К.: Видавець Карпенко В.М. 2013. 472 с.

**ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ**

1. Верховна Рада України. URL: http://rada.gov.ua/

2. Кабінет Міністрів України. URL: https://www.kmu.gov.ua/ua

3. Рада національної безпеки України. URL: http://www.rnbo.gov.ua/

4. Відділ звернень громадян України. URL: http://vzvernen.rada.gov.ua/

5. Президент України. URL: http://www.president.gov.ua/<http://library.kpi.kharkov.ua/>

6. <http://web.kpi.kharkov.ua/>

7. <http://zakon.rada.gov.ua>

8. <http://mе.gov.ua>

9. <http://mlsp.kmu.gov.ua>

10. [http://www.eurofound.europa.eu/publіcatіons/htmlfіles/ef1221.htm](http://www.eurofound.europa.eu/publ%D1%96cat%D1%96ons/htmlf%D1%96les/ef1221.htm)

11. <http://sd.net.ua/2010/02/19/neuhauz_socialna_derzhava.html>

12. <http://www.onlinevolunteering.org/>

13. <http://un.org>

14. <http://uncf.com.ua>

15. http://123pr.kiev.ua/ – матеріали сайту «Public relations в Україні»

16. http://pr-center.org.ua/bibl.php – бібліотека проекту «Ефективні

комунікації»

17. http://pr-liga.org.ua/about/ – матеріали сайту «Українська ліга зв’язків із громадськістю»