



Силабус освітнього компонента Програма навчальної дисципліни



Паблік рілейшнз

Шифр та назва спеціальності

281 – Публічне управління та адміністрування

Інститут

ІНІ соціально-гуманітарних технологій

Освітня програма

Цифрове врядування

Кафедра

Соціології і публічного управління (305)

Рівень освіти

Бакалавр

Тип дисципліни

Спеціальна (фахова), вибіркова

Семестр

6

Мова викладання

Українська

Викладачі, розробники



Бірюкова Марина Василівна

Maryna.Biriukova@khi.edu.ua

Доктор соціологічних наук, професор, професор кафедри соціології і публічного управління

Автор 120 наукових та науково-методичних праць, у тому числі трьох одноосібних монографій та підручників. Лектор з дисциплін: «Математичні методи в соціології», «Практикум з аналізу соціологічних даних», «Комп'ютерні технології організації соціологічних дисциплін», «Технології соціального проектування», «Методи багатомірного аналізу соціологічних даних». Досвід роботи – 33 роки

Загальна інформація, кількість публікацій, основні курси тощо.

[Детальніше про викладача на сайті кафедри](https://web.kpi.kharkov.ua/sp/professors-ko-vikladats-kij-sklad/)

<https://web.kpi.kharkov.ua/sp/professors-ko-vikladats-kij-sklad/>

Загальна інформація

Анотація

Курс спрямований на підготовку фахівців, здатних застосовувати PR-технології в державному, бізнесовому та громадському секторах із дотриманням етичних норм і принципів соціальної відповідальності.

Мета та цілі дисципліни

Мета курсу «Public Relations» полягає у формуванні в здобувачів вищої освіти системного уявлення про PR як професійну, управлінську та соціально-комунікаційну діяльність, оволодінні теоретичними основами і базовими моделями зв'язків з громадськістю, розвитку навичок стратегічного планування комунікацій, аналізу громадської думки та взаємодії з різними цільовими аудиторіями.

Формат занять

Лекції, практичні заняття, консультації, розрахункове завдання. Підсумковий контроль – залік.

Компетентності

ІК Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері публічного управління та адміністрування або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та наукових методів відповідної галузі і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

ЗК6 Здатність працювати в команді.

ЗК10 Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК13 Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів діяльності).

СК7 - Здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності

СК11 - Здатність у складі робочої групи проводити прикладні дослідження в сфері публічного управління та адміністрування.

СК11 - Здатність до організації ділової комунікації; оперувати спеціальною термінологією для розв'язання професійних завдань публічного управління та адміністрування.

Результати навчання

РН11 - Уміти здійснювати пошук та узагальнення інформації, робити висновки і формулювати рекомендації в межах своєї компетенції.

РН13 - Використовувати методи аналізу та оцінювання програм сталого розвитку.

РН16 - Використовувати дані статистичної звітності, обліку та спеціальних досліджень у професійній діяльності.

РН21 - Використовувати інформаційні й комунікаційні технології для вирішення спеціалізованих задач і проблем професійної діяльності; знати принципи, технології і прийоми створення усних і письмових текстів різних стилів державною та іноземною мовами.

Обсяг дисципліни

Загальний обсяг дисципліни 120 год. (4 кредитів ECTS): лекції – 24 год., практичні роботи – 24 год., самостійна робота – 72 год.

Передумови вивчення дисципліни (пререквізити)

Для успішного проходження курсу необхідно мати знання з наступних дисциплін: "Теорія організацій", «Основи публічного управління та адміністрування», «Державне та регіональне управління»

Особливості дисципліни, методи та технології навчання

Під час проведення лекційних занять з навчальної дисципліни передбачено застосування таких методів навчання: пояснювально-ілюстративний; репродуктивний; частково-пошуковий.

Під час проведення семінарських занять застосовується: репродуктивний метод (засвоєння базових понять курсу); частково-пошуковий, або евристичний метод (під час виконання індивідуальних завдань) та проектний

Програма навчальної дисципліни

Теми лекційних занять

Тема 1. Public Relations як професійно-комунікаційна діяльність

Визначення поняття PR: сутність, мета та основні завдання. Функції PR у структурі сучасного суспільства. Відмінності PR від реклами, маркетингу та пропаганди. Структура PR-ринку: агенції, корпоративні відділи та фриланс. Професійні компетенції та особистісні якості PR-спеціаліста.

Тема 2. Генеза та розвиток зв'язків з громадськістю

Історичні передумови виникнення PR (від античності до Нового часу). "Ера маніпуляцій": діяльність Айві Лі та Едварда Бернейза. Еволюція PR у XX столітті: від інформування до діалогу. Особливості становлення PR-галузі в Україні. Сучасні тренди та глобалізація комунікаційних процесів.

Тема 3. Теоретичні моделі та концепції PR

Чотири моделі комунікації за Дж. Грюнігом та Т. Хантом. Теорія стейкгоल्дерів (зацікавлених сторін). Двостороння симетрична модель як ідеал сучасної комунікації.

Концепція управління репутацією та капіталізація бренду. Роль зворотного зв'язку в PR-системі.

Тема 4. PR як інструмент стратегічного управління

Місце PR у системі загального менеджменту організації. Процес RACE (Research, Action, Communication, Evaluation). Формування місії, візії та цінностей компанії. Розробка PR-стратегії: від аналізу ситуації до тактичного плану. Інтегровані маркетингові комунікації (ІМК).

Тема 5. Громадськість як об'єкт PR-діяльності

Типологія громадськості: внутрішня та зовнішня, латентна та активна. Методи сегментації цільових аудиторій. Психологія сприйняття інформації та формування громадської думки. Роль лідерів думок (інфлюенсерів) у комунікації. Моніторинг та аналіз потреб і очікувань громадськості.

Тема 6. Комунікації в PR

Моделі та бар'єри комунікації в PR-процесі. Вербальні та невербальні засоби передачі повідомлень. Теорія встановлення порядку денного (Agenda-setting). Спічрайтинг та мистецтво публічних виступів. Сторітелінг як інструмент емоційного зв'язку з аудиторією.

Тема 7. Засоби та інструменти PR

Класифікація PR-інструментів за моделлю PESO (Paid, Earned, Shared, Owned). Організація спеціальних подій: конференції, презентації, івенти. Спонсорство та благодійність як інструменти лояльності. Внутрішньокорпоративні комунікації: інструменти та канали. Сувенірна продукція та візуальна ідентичність бренду.

Тема 8. Медіа та Public Relations

Специфіка Media Relations: побудова довгострокових відносин з журналістами. Традиційні PR-тексти: пресреліз, бекграундер, медіакіт, факт-лист. Організація та проведення медіазаходів (пресконференції, брифінги, престури). Правила роботи з редакціями та етика взаємодії. Моніторинг ЗМІ та контент-аналіз медіаполя.

Тема 9. Digital PR та соціальні мережі

Специфіка комунікацій у цифрову епоху: швидкість та інтерактивність. Social Media Marketing (SMM) як частина PR-стратегії. Робота з блогерами та управління репутацією в пошукових системах (SERM). Ком'юніті-менеджмент та робота з негативом у мережі. Вірусний маркетинг та мультимедійний контент.

Тема 10. Кризові комунікації в PR

Типологія криз та їх вплив на репутацію організації. Алгоритм розробки плану антикризових комунікацій. Формування антикризового штабу та роль спікера (Face of the crisis). Техніки відповіді на незручні запитання та нейтралізація чуток. Етап відновлення репутації після виходу з кризи.

Тема 11. Етика та правове регулювання PR

Міжнародні та національні кодекси професійної етики (Афінський, Лісабонський). Законодавство України, що регулює діяльність у сфері комунікацій. Проблема маніпуляції та "чорного PR". Захист авторських прав та конфіденційної інформації. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) як етична основа бізнесу.

Тема 12. Оцінка ефективності PR-діяльності

Кількісні та якісні показники ефективності (KPIs). Медіаметрики: охоплення, Share of Voice, індекс медіаприсутності. Проблема використання AVE (Advertising Value Equivalent) та сучасні альтернативи. Соціологічні методи оцінки (опитування, фокус-групи) до та після кампанії. Підготовка звітів для керівництва та клієнтів.

Теми практичних занять

Тема 1. Public Relations як сфера професійної діяльності

Поняття та сутність Public Relations. Місце PR у системі соціальних комунікацій. Основні функції та завдання PR. PR як управлінська та соціальна технологія.

Тема 2. Історія становлення та еволюція PR

Передумови виникнення PR у світі. Основні етапи розвитку PR у XX–XXI століттях. Американська та європейська моделі PR. Становлення PR в Україні.

Тема 3. Теоретичні моделі та концепції PR

Класичні моделі PR (Груніг і Хант). Симетричні та асиметричні комунікації. PR як двосторонній комунікаційний процес. Сучасні теоретичні підходи до PR.

Тема 4. PR як інструмент стратегічного управління

PR у системі управління організацією. Стратегічне планування PR-діяльності. Корпоративна репутація та імідж. Роль PR у формуванні довіри.

Тема 5. Громадськість як об'єкт PR-діяльності

Поняття та типологія громадськості. Цільові аудиторії PR. Аналіз та сегментація громадськості. Очікування та інтереси громадськості.

Тема 6. Комунікації в PR

Поняття комунікації та комунікаційного процесу. Канали та інструменти PR-комунікацій.

Вербальні й невербальні комунікації. Бар'єри та ефективність комунікації.

Тема 7. Засоби та інструменти PR

PR-тексти та їх види. Подієві комунікації (event-PR). Медіарилейшнз як складова PR. Внутрішні комунікації організації.

Тема 8. Медіа та Public Relations

Взаємодія PR з традиційними медіа. Прес-служба та її функції. Прес-реліз, брифінг, пресконференція. Медіамоніторинг і аналіз інформаційного поля.

Тема 9. Digital PR та соціальні мережі

Цифрові комунікації в PR. Соціальні мережі як PR-інструмент. Онлайн-репутація та бренд у цифровому середовищі. Інфлюенсер-маркетинг і PR.

Тема 10. Кризові комунікації в PR

Поняття та типологія криз. Роль PR у кризових ситуаціях. Антикризові комунікаційні стратегії. Відновлення репутації після кризи.

Тема 11. Етика та правове регулювання PR

Професійна етика фахівця з PR. Кодекси професійної поведінки. Правові основи PR-діяльності. Соціальна відповідальність PR.

Тема 12. Оцінка ефективності PR-діяльності

Критерії та показники ефективності PR. Методи оцінювання PR-кампаній. PR-аудит та аналітика. Тенденції розвитку PR у сучасному світі.

Теми лабораторних робіт

Лабораторні роботи в рамках дисципліни не передбачені.

Самостійна робота

Курс передбачає виконання індивідуальних завдань та представлення їх на практичних заняттях у вигляді презентації за темами що вказано в завданнях для самостійної роботи. Основний зміст презентацій доповідається у вільній формі і студент отримує за неї оцінки, що додаються до загального рейтингу.

Крім того студент готує власний проєкт PR-заходу.

Література та навчальні матеріали

1. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз для професіоналів. – Київ: Альтерпрес, 2019.
2. Королько В. Г. Основи паблік рилейшнз. – Київ: Рефл-бук, 2020.
3. Литвиненко Н. П. Комунікативні технології в PR. – Київ: НАДУ, 2021.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації. – Київ: ВПЦ «Київський університет», 2020.
5. Сидоренко О. І. Зв'язки з громадськістю в системі соціальних комунікацій. – Харків: ХНУ, 2022.
6. Grunig J. E., Hunt T. Managing Public Relations. – Boston: Cengage Learning, 2019.
7. Cutlip S. M., Center A. H., Broom G. M. Effective Public Relations. – Pearson, 2020.
8. Wilcox D. L., Cameron G. T. Public Relations: Strategies and Tactics. – Pearson, 2021.
9. Coombs W. T. Ongoing Crisis Communication. – Sage Publications, 2022.
10. L'Etang J. Public Relations: Concepts, Practice and Critique. – Sage, 2020.

Система оцінювання

Критерії оцінювання успішності студента та розподіл балів

100% підсумкової оцінки складаються з результатів оцінювання у вигляді заліку (15%) та поточного оцінювання (85%).

Шкала оцінювання

Сума балів	Національна оцінка	ECTS
90–100	Відмінно	A
82–89	Добре	B
75–81	Добре	C
64–74	Задовільно	D
60–63	Задовільно	E
35–59	Незадовільно (потрібне додаткове вивчення)	FX
1–34	Незадовільно (потрібне повторне вивчення)	F

Норми академічної етики і політика курсу

Студент повинен дотримуватися «Кодексу етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність. Конфліктні ситуації повинні відкрито обговорюватися в навчальних групах з викладачем, а при неможливості вирішення конфлікту – доводитися до відома співробітників дирекції інституту. Нормативно-правове забезпечення впровадження принципів академічної доброчесності НТУ «ХПІ» розміщено на сайті: <http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akademichna-dobrochesnist/>

Погодження

Силабус погоджено

Дата погодження, підпис

Завідувач кафедри
Володимир МОРОЗ

28.06.24

Дата погодження, підпис

Гарант ОП
Діна ТЕРЕЩЕНКО

28.06.24