МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАФТИ І ГАЗУ

Інститут гуманітарної підготовки та державного управління

Кафедра публічного управління та адміністрування

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Директор
ІГПДУ_____Д. І. Дзвінчук
«_31_» _____08_____2020 року

Дисципліна: ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

РОБОЧА ПРОГРАМА

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)
Галузь знань: 28 «Публічне управління та адміністрування»
Спеціальність: 281 «Публічне управління та адміністрування»
Освітньо-професійна програма: «Публічне управління та адміністрування»
Вид дисципліни: обов'язкова

Івано-Франківськ-2020 рік

Робоча програма дисципліни «Зв'язки з громадськістю» для студентів, які навчаються за освітньо-професійною програмою на здобуття рівня **бакалавра** за спеціальністю 281 «Публічне управління та адміністрування».

Розробник:
доцент кафедри
публічного управління та адміністрування,
к. філос. н. _____ Гривнак Б. Л.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри
публічного управління та адміністрування
Протокол від «28» серпня 2020 року № 1

В. о. завідувача кафедри
публічного управління та адміністрування _____ Петренко В. П.

Узгоджено:
В. о. завідувача випускової кафедри
публічного управління та адміністрування _____ Петренко В. П.

Гарант ОПП _____ Орлів М. С.

1 ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Ресурс годин на вивчення дисципліни «Зв'язки з громадськістю» згідно з чинним РНП, розподіл по семестрах і видах навчальної роботи для різних форм навчання характеризує таблиця 1.

Таблиця 1 – Розподіл годин, виділених на вивчення дисципліни

Найменування показників	Всього		Розподіл по семестрах			
			Семестр __		Семестр 8	
	Денна форма навчання (ДФН)	Заочна (дистанційна) форма навчання) (ЗФН)	Денна форма навчання (ДФН)	Заочна (дистанційна) форма навчання) (ЗФН)	Денна форма навчання (ДФН)	Заочна (дистанційна) форма навчання) (ЗФН)
Кількість кредитів ECTS	4	4			4	4
Кількість модулів	3	3			3	3
Загальний обсяг часу, год	120	120			120	120
Аудиторні заняття, год, у т.ч.:	54	10			54	10
лекційні заняття	27	6			27	6
семінарські заняття	-	-			-	-
практичні заняття	27	4			27	4
лабораторні заняття	-	-			-	-
Самостійна робота, год, у т.ч.	66	110			66	110
виконання курсового проекту (роботи)	-	-			-	-
виконання контрольних робіт	-	-			-	-
опрацювання матеріалу, викладеного на лекціях	18	18			18	18
опрацювання матеріалу, винесеного на самостійне вивчення	22	80			22	80
підготовка до практичних занять та контрольних заходів	18	4			18	4
підготовка звітів з лабораторних робіт	-	-			-	-
підготовка до екзамену	8	8			8	8
Форма семестрового контролю	Екзамен				Екзамен	

2 МЕТА ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Метою дисципліни «Зв'язки з громадськістю» є набуття компетентностей, необхідних для розв'язання завдань і вирішення практичних проблем щодо застосування у публічному управлінні та адмініструванні зв'язків з громадськістю як сфери комунікативно-інформаційної діяльності, яка покликана забезпечити формування громадської думки та управління нею за допомогою використання сучасних систем масової комунікації та засобів масової інформації – преси, радіо, телебачення, зв'язку, мережі Інтернет, а також налагодити безпосередні контакти з громадськістю, цільовою аудиторією, партнерами, споживачами чи клієнтами.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен демонструвати такі **результати навчання**:

– використовувати базові знання з історичних, культурних, політичних, соціальних, економічних засад розвитку суспільства;

– застосовувати норми та правила професійного спілкування українською мовою у сфері зв'язків із громадськістю;

– знати стандарти, принципи та норми діяльності у сфері публічного управління та адміністрування;

– знати основні нормативно-правові акти та положення законодавства у сфері публічного управління та адміністрування;

– уміти організовувати та брати участь у волонтерських/культурно-освітніх /спортивних проектах, спрямованих на формування здорового способу життя/активної громадянської позиції з метою налагодження ефективних зв'язків із громадськістю;

– уміти користуватися системою електронного документообігу задля забезпечення належних зв'язків із громадськістю у сфері публічного управління та адміністрування;

– уміти здійснювати пошук та узагальнення інформації, робити висновки і формулювати рекомендації в межах своєї компетенції;

– уміти налагодити комунікацію між громадянами та органами державної влади і місцевого самоврядування;

– уміти використовувати сучасні інформаційні технології, ресурси та бази даних в контексті забезпечення належних зв'язків із громадськістю.

Вивчення навчальної дисципліни сприяє формуванню та розвитку у студентів **компетентностей:**

загальних:

– здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні;

– здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя;

– здатність до адаптації та дії в нових ситуаціях;

– вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми;

– здатність знаходити, обробляти, аналізувати інформацію з різних джерел;

– здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово;

– навички міжособистісної взаємодії;

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

фахових:

– здатність до соціальної взаємодії, до співробітництва й розв'язання конфліктів;

– здатність забезпечувати дотримання нормативно-правових та морально-етичних норм поведінки;

– здатність використовувати в процесі підготовки і впровадження управлінських рішень сучасні ІКТ;

– здатність використовувати систему електронного документообігу;

– здатність здійснювати інформаційно-аналітичне забезпечення управлінських процесів із використанням сучасних інформаційних ресурсів і технологій.

3 ПРОГРАМА ТА СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

3.1 Тематичний план лекційних занять

Тематичний план лекційних занять дисципліни характеризує таблиця 2.

Таблиця 2 –Тематичний план лекційних занять

Шифр	Назви модулів (М), тем (Т) та їх зміст	Обсяг годин		Література
		ДФН	ЗФН	
М 1	**ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК СФЕРА КОМУНІКАТИВНО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА, СУТЬ ТА ПРИНЦИПИ ЗДІЙСНЕННЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ**	**10**	**2**	
Т 1.1	Предмет, об'єкт та основні категорії зв'язків з громадськістю – «паблік рилейшнз» (ПР) як науки та управлінської діяльності.	2		1 ,6, 7, 8, 9
Т 1.2	Загальна характеристика системи ПР.	2		1 ,6, 7, 8, 9
Т 1.3	Система масових комунікацій у суспільстві. Стратегічні комунікації.	2		1, 6, 7, 9, 10, 16,18, 25
Т 1.4	Планування, організація та здійснення зв'язків з громадськістю.	2		1 ,6, 7, 8, 9
Т 1.5	Механізми взаємодії із ЗМІ.	2		1, 2, 13, 20, 26, 28
М 2	**ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ У РІЗНИХ СФЕРАХ ДІЯЛЬНОСТІ ЛЮДИНИ**	**8**	**2**	
Т 2.1	ПР у виробничій і фінансовій сферах та комерційній діяльності.	2		1, 6, 7, 9
Т 2.2	Корпоративний імідж та особливості його використання у сфері зв'язків з громадськістю.	2		6, 7, 8
Т 2.3	Використання технологій зв'язків з громадськістю у маркетингу і менеджменті.	2		1, 7, 17
Т 2.4	Зв'язки з громадськістю у політичній діяльності.	2		5, 6, 7, 21, 24
М 3	**ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ТА АДМІНІСТРУВАННІ**	**9**	**2**	
Т 3.1	Зв'язки з громадськістю у сфері публічного управління та адміністрування.	2		5, 7,1 6, 21, 23, 24
Т 3.2	Зв'язки з громадськістю у міжнародних відносинах. Міжнародні комунікації у публічному управлінні та адмініструванні.	2		10, 11, 12, 21, 23
Т 3.3	Роль зв'язків з громадськістю у формуванні інформаційного простору України.	2		10, 11, 12, 21, 23
Т 3.4	Ділові переговори в системі ПР.	3		1, 7, 9
	РАЗОМ	**27**	**6**	

Всього:
М1 – 5 тем;
М 2 – 4 теми;
М 3 – 4 теми

3.2 Теми та зміст практичних (семінарських) занять

Теми практичних (семінарських) занять дисципліни наведено у таблиці 3.

Таблиця 3 – Теми практичних занять

Шифр	Назви модулів (М), практичних занять (П) та їх зміст	Обсяг годин		Література
		ДФН	ЗФН	
М 1	**ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК СФЕРА КОМУНІКАТИВНО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА, СУТЬ ТА ПРИНЦИПИ ЗДІЙСНЕННЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ**	**10**	**2**	
П 1.1	Предмет і об'єкт зв'язків з громадськістю як науки та управлінської діяльності. Основні категорії зв'язків з громадськістю.	2		1 ,6, 7, 8, 9
П 1.2	Сутність і основні елементи системи зв'язків з громадськістю. Функції системи зв'язків з громадськістю та завдання її елементів.	2		1 ,6, 7, 8, 9
П 1.3	Принципи організації системи засобів масової комунікації. Зв'язок в Україні – головний чинник системи засобів масової комунікації. Стратегічні комунікації та їх роль у зв'язках з громадськістю.	2		1, 6, 7, 9, 10, 16,18, 25
П 1.4	Становлення і розвиток організаційних форм управління зв'язками з громадськістю. Планування зв'язків з громадськістю та розробка програм. Планування та організація проведення кампаній із зв'язків з громадськістю (PR-кампаній).	2		1 ,6, 7, 8, 9
П 1.5	Засоби масової інформації: сутність, цілі, функції, права та обов'язки. Зв'язки і співпраця із ЗМІ – механізм взаємодії. Стан і перспективи розвитку засобів масової інформації в Україні.	2		1, 2, 13, 20, 26, 28
М 2	**ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ У РІЗНИХ СФЕРАХ ДІЯЛЬНОСТІ ЛЮДИНИ**	**8**		
П 2.1	Сутність і завдання системи зв'язків з громадськістю у промисловості. Особливості ПР у комерційній діяльності. Проблеми внутрішньопромислових і комерційних комунікацій. Система зв'язків з громадськістю у фінансовій сфері, її завдання і функції. Зв'язки з громадськістю у відносинах із інвесторами.	2		1, 6, 7, 9
П 2.2	Сутність і основні складові корпоративного іміджу. Місце і роль особистого іміджу керівника (лідера) у формуванні корпоративного іміджу. Просування і використання корпоративного іміджу у зв'язках з громадськістю.	2		6, 7, 8
П 2.3	Мета і завдання зв'язків з громадськістю у сучасному маркетингу. Вплив ПР на ефективність реалізації концепції маркетингу.	2		1, 7, 17

Шифр	Назви модулів (М), практичних занять (П) та їх зміст	Обсяг годин		Література
		ДФН	ЗФН	
	Зв'язки з громадськістю у кризових ситуація та управління ними.			
П 2.4	Політична система і зв'язки з громадськістю. Сутність і характеристика основних політичних сил в сучасній Україні. Лобіювання інтересів як один із видів ПР-діяльності Виборчі технології як найважливіша складова зв'язків з громадськістю.	2		5, 7, 16, 21, 24
М 3	**ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ТА АДМІНІСТРУВАННІ**	**9**	**2**	
П 3.1	Зв'язки з громадськістю у сфері публічного управління та адміністрування. Робота із зверненнями громадян як один із головних способів взаємодії органів державної влади та місцевого самоврядування із громадськістю.	2		5, 7,1 6, 21, 23, 24
П 3.2	Сутність, суб'єкти та об'єкти міжнародних зв'язків з громадськістю. Імідж країни та його роль у міжнародних зв'язках з громадськістю. Міжнародні комунікації у публічному управлінні та адмініструванні.	2		10, 11, 12, 21, 23
П 3.3	Роль держави у становленні інформаційного суспільства. Інформаційний простір в умовах соціально-економічної трансформації українського суспільства. Проблеми взаємодії суспільства і влади в соціально-економічному інформаційному просторі. Нові інформаційні технології та їхня роль у розвитку зв'язків з громадськістю у публічному управлінні та адмініструванні.	2		10, 11, 12, 21, 23
П. 3.4	Сутність ділових переговорів, їх підготовка, місце та роль. Розробка концепції та сценарію ділових переговорів. Організація і проведення ділових перегорів.	3		1, 7, 9
	РАЗОМ	**27**	**4**	

3.3 Завдання для самостійної роботи студента

Перелік матеріалу, який виноситься на самостійне вивчення - у таблиці 4.

Таблиця 4 – Матеріал, що виноситься на самостійне вивчення

Шифр	Назви модулів (М), тем (Т) та їх зміст	Обсяг годин		Література
		ДФН	ЗФН	
М 1	**ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК СФЕРА КОМУНІКАТИВНО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА, СУТЬ ТА ПРИНЦИПИ ЗДІЙСНЕННЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ**	**8**	**28**	
Т 1.1	Зв'язки з громадськістю, їхня сутність і функції. Основні категорії паблік рилейшнз як науки. Сем Блек про систему зв'язків з громадськістю.	2	8	1 ,6, 7, 8, 9
Т 1.2	Основні складові системи зв'язків з громадськістю та їх характеристика. Особливості використання стратегічних комунікацій в Україні. Ринок сучасного зв'язку в Україні: оцінка діяльності та перспективи розвитку в майбутньому	2	6	1 ,6, 7, 8, 9
Т 1.4	Алгоритм процесу розробки та реалізації програми зв'язків з громадськістю. PR-кампанія як один із головних інструментів використання технологій зв'язків з громадськістю.	2	8	1 ,6, 7, 8, 9
Т 1.5	Особливості використання друкованої преси у зв'язках з громадськістю. Використання радіо та телебачення у зв'язках з громадськістю. Використання мережі Інтернет у зв'язках з громадськістю.	2	6	1, 2, 13, 20, 26, 28
М 2	**ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ У РІЗНИХ СФЕРАХ ДІЯЛЬНОСТІ ЛЮДИНИ**	**6**	**22**	
Т 2.1	Споживачі і клієнти як цільові аудиторії. Сутність і роль реклами в комерційній діяльності. Фінансова сфера життєдіяльності суспільства як сукупність фінансових відносин та їх регулювання. Необхідність та основні напрями досліджень у межах фінансових зв'язків з громадськістю.	2	6	1, 6, 7, 9
Т 2.2	Корпоративний імідж: вдалі приклади успіху. Роль зв'язків з громадськістю у формуванні та просуванні корпоративного іміджу.	2	6	6, 7, 8
Т 2.3	Використання зв'язків з громадськістю як складової успішної діяльності підприємства в умовах ринкової економіки. Антикризовий ПР – ефективний засіб протидії кризовим ситуаціям.	1	6	1, 7, 17
Т 2.4	Значення та особливості застосування технологій лобіювання у вітчизняній політиці. Виборчі технології та їх роль у впливі на організацію та результат проведення виборчих кампаній.	1	4	5, 6, 7, 21, 24

Шифр	Назви модулів (М), тем (Т) та їх зміст	Обсяг годин		Література
		ДФН	ЗФН	
М 3	**ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ТА АДМІНІСТРУВАННІ**	**8**	**30**	
Т 3.1	Робота із зверненнями громадян як один із головних способів взаємодії органів державної влади та місцевого самоврядування із громадськістю.	2	8	5, 7, 16, 21, 23, 24
Т 3.2	Принципи збору, використання обробки та зберігання міжнародної інформації. Система міжнародних комунікацій і тенденції її розвитку.	2	6	10, 11, 12, 21, 23
Т 3.3	Перехід до інформаційного суспільства (суспільства знань) як ключовий фактор необхідності правового регулювання інформаційного простору в Україні. Вплив соціальних мереж на суспільство як один з головних проявів глобалізації. Використання соціальних мереж як один із ключових елементів успішних зв'язків з громадськістю	2	8	10, 11, 12, 21, 23
Т 3.4	Методи та інструментарій маніпулятивних технологій у системі зв'язків з громадськістю. Чорний ПР і його використання у зв'язках із громадськістю: ефективність, наслідки, правова оцінка на засоби протидії.	2	8	1, 7, 9
	РАЗОМ	**22**	**80**	

4. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

4.1 Основна література

1. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності : навч. посіб. / В. С. Білоус. — К. : КНЕУ, 2005. — 275 с.

2. Бурківська Л. Ю. Засоби масової інформації : навчально-методичний комплекс / Л. Ю. Бурківська, Х. М. Вінтонів, В. М. Пахомов. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2014. – 78 с.

3. Жадько В. О. Журналістика та основи редакторської майстерності / В. О. Жадько. – К. : Знання, 2012. – 271 с.

4. Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства [Електронний ресурс]. - Електронні дані (1 файл).- Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/537-16#Text

5. Коник Д. Стратегічні комунікації : посібник для державних службовців / Д. Коник. — К. : ТОВ «Обнова Компані», 2016. — 256 с.

6. Королько В. Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика : підручник / В. Г. Королько. — 2-ге вид., допов. — К., 2001.

7. Мойсеєв В. А. Паблік рілешнз : навч. посіб. / В. А. Мойсеєв. – К. : Академвидав, 2007. – 224 с. (Альмаматер)

8. Почепцов Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. / Г. Почепцов. — К., 2000.

9. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю : навчальний посібник / Є. Б. Тихомирова. – К. : НМЦВО, 2001. – 560 с.

10. Тодорова О. В. Інновації в комунікаціях. Інноваційний PR-інструментарій в соціальних комунікаціях сучасного бізнесу : монографія / О. Тодорова. – К. : Інтерконтиненталь-Україна, 2015. – 176 с. : іл., табл.

11. Шарков Ф. И. Паблик рилейшнз : учебник / Ф. И. Шарков. – М. : Дашков и К, 2010. –312 с.

4.2 Додаткова література

12. Бабінова О. Взаємодія органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю як предмет теоретичного аналізу / О. Бабінова // Вісник УАДУ. – 2009. – № 3. – С. 345 – 353.

13. Вінтонів Х. М. Етичні засади журналістики в Україні та закордоном / Х. М. Вінтонів, О. В. Двірник // Інформаційна культура у просторі професійної комунікації : матеріали Першої всеукраїнської науково-методичної Інтернет-конференції (17-18 квітня 2014 р., м. Івано-Франківськ) . – Івано-Франківськ : Видавництво ІФНТУНГ, 2014. – С. 33-39.

14. Вінтонів Х. М. Інтернет-журналістика: сучасний стан / Вінтонів Х. М., Пахомов В. М., Тринчук В. Б., Яремко М. Б. // Розвиток соціальних комунікацій та правове регулювання модернізації освіти в контексті євроінтеграції України : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Івано-Франківськ, 2015. – С. 36-40.

15. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / С. С. Гаркавенко. — К. : Лібра, 2002. — 705 с.

16. Гривнак Б. Л. Суспільство, яке ми будуємо: концепція інформаційного суспільства в сучасному світі / Б. Л. Гривнак // Гілея : науковий вісник. Збірник наукових праць. – Спецвипуск. - К. : ВІР УАН, 2011. – С. 285-291.

17. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства : навч. посібн. / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погріщук. — К. : Центр учбової літератури, 2010. — 304 с.

18. Джура О. Д. Використання PR-технологій як важлива складова формування іміджу вищого навчального закладу / О. Д. Джура, Б. Л. Гривнак, Д. Р. Мартинець, Г. В. Пуляк // Розвиток соціальних комунікацій та правове регулювання модернізації освіти в контексті євроінтеграції України : матеріали Всеукр. конференції, Івано-Франківськ, 2015 р. – С. 24-29.

19. Калінін А. С. Інноваційні інструменти у сфері паблик рілейшнз [Електронний ресурс] / А. С. Калінін, Ю. М. Логвіна // Технологии и прогнози : [сайт]. – Текстові дані. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/35_OINBG_201075754.doc.htm.

20. Каплій О. В. Інтернет-видання ЗМІ як новий вид традиційних ЗМІ: поняття та сучасний стан конституційно-правового регулювання [Електронний ресурс] / О. В. Каплій. - Електронні дані (1 файл).- Режим доступу : http://www.apdp.in.ua/v61/30.pdf. - Назва з екрану.

21. Колосок С. В. Зв'язки з громадськістю у формуванні іміджу органів державного управління / С. В. Колосок // Аспекти самоврядування. – 2009. – № 6. – С. 12 – 19.

22. Конституційно-правовий статус засобів масової інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://uristinfo.net/2010-12-18-14-34-28/9-2010-12-18-14-33-20/157-roz11.html.

23. Крутій О. М. Діалогова взаємодія органів державної влади та громадськості / О. М. Крутій // Актуальні проблеми державного управління. – 2008. – № 11. – С. 72 – 80.

24. Кушнір О. В. Поняття та суть стратегічних комунікацій у сучасному українському державотворенні [Електронний ресурс] / О. В. Кушнір. - Електронні дані (1 файл). - Режим доступу : http://goal-int.org/ponyattya-ta-sutnist-strategichnix-komunikacii-u-suchasnomu-ukrainskomu-derzhavotvorenni/. - Назва з екрану.

25. Ліпкан В. А. Правові засади розвитку інформаційного суспільства в Україні : [моногр.] / В. А. Ліпкан, І. М. Сопілко, В. О. Кір'ян / за заг. ред. В. А. Ліпкана. — К. : ФОП О. С. Ліпкан, 2015. — 664с.

26. Михайлин І. Л. Основи журналістики / І. Л. Михайлин. – К. : ЦУЛ, 2010. – 284 с.

27. Мороз Н. О. Роль засобів масової інформації у формуванні громадянського суспільства України / Н. О. Мороз // Гуманітарний журнал. – 2012. – № 2-3. – С. 205-210.

28. Ороховська Л. А. Мас-медіа як складова людської комунікації / Л. А. Ороховська // Вісник національного авіаційного університету. – 2011. – № 1. – С. 135-138.

29. Пантелейчук І. В. Місце і роль зв'язків з громадськістю у формуванні іміджу державних інституцій / І. В. Пантелейчук // Розвиток системи держвного управління в Україні. – 2010. – № 4. – С. 7 – 13.

30. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] / В. В. Різун // Наукова сторінка професора Володимира Різуна / Інститут журналістики. – К., 2011. – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev. ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf.

31. Тодорова О. В. PR в цифровую еру. Исскуство коммуникаций / Оксана Тодорова. – К. : Huss, 2012. – 240 с.

5 МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ

Подається детальна інформація про методи контролю знань студентів на лекціях і практичних заняттях. Зразок схеми нарахування балів при оцінюванні знань студентів з дисципліни наведено в таблиці 5.

Таблиця 5 – Схема нарахування балів у процесі оцінювання знань студентів з дисципліни «Зв'язки з громадськістю»

Види робіт, що контролюються	**Максимальна кількість балів**
Контроль засвоєння теоретичних знань модуля М1	15
Контроль практичних навиків модуля М 1 (виконання практичних завдань)	10
Контроль засвоєння теоретичних знань модуля М2	15
Контроль практичних навиків модуля М 2 (презентація студентських наукових робіт)	10
Контроль засвоєння теоретичних знань модуля М3	15
Контроль практичних навиків модуля М 3 (презентація проекту – кампанії із зв'язків з громадськістю (PR-кампанії)	15
Колоквіум	20
Разом	**100**

Оцінка з дисципліни «Зв'язки з громадськістю» виставляється студенту відповідно до чинної шкали оцінювання, що наведена нижче (табл. 6).

Остаточне оцінювання іспиту з дисципліни проводиться відповідно до вимог чинного Положення «Про систему поточного і підсумкового контролю, оцінювання знань та визначення рейтингу студентів».

У разі виявлення плагіату під час виконання завдання (практичних завдань, студентських наукових робіт, PR-кампанії тощо) здобувач не отримує бали і повинен виконати завдання повторно.

Таблиця 6 - Шкала оцінювання: національна та ECTS

Національна	Університетська (в балах)	ECTS	Визначення ECTS	Рекомендована система оцінювання
Відмінно	90-100	A	**Відмінно** – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90-100 (відмінно)
Добре	82-89	B	**Дуже добре** - вище середнього рівня з кількома помилками	75-89 (добре)
	75-81	C	**Добре** – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	
Задовільно	67-74	D	**Задовільно** – непогано, але зі значною кількістю недоліків	60-74 (задовільно)
	60-66	E	**Достатньо** - виконання задовольняє мінімальні критерії	
Незадовільно	35-59	FX	**Незадовільно** - потрібно попрацювати перед тим, як отримати залік або складати екзамен	35-59 (незадовільно із можливістю повторного складання екзамену)
	0-34	F	**Незадовільно** – необхідна серйозна подальша робота	0-34 (незадовільно із обов’язковим повторним вивченням модуля)