

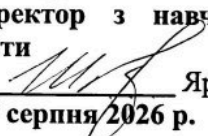
**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»**

Факультет суспільних і прикладних наук

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Проректор з навчально-методичної
роботи**

 **Ярослав ШТАНЬКО**
"31" серпня 2026 р.

ПРАКТИКА PR-ДІЯЛЬНОСТІ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Галузь знань:	06 Журналістика
Спеціальність:	061 Журналістика
Освітньо-професійна (освітньо-наукова) програма:	«Реклама та зв'язки з громадськістю»
Освітній рівень:	перший (бакалаврський)
Статус дисципліни:	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання:	українська
Семестр викладання	V

**Івано-Франківськ
2026**

РОЗРОБНИК:

асистент кафедри журналістики,
реклами та зв'язків з громадськістю

2


Софія ЛАШКІВ

ЗАТВЕРДЖЕНО:

на засіданні кафедри журналістики,
реклами та зв'язків з громадськістю,
протокол № 1 від 27 серпня 2026 р.
Завідувач кафедри



Інна ВАРВАРУК

УЗГОДЖЕНО:

Гарант ОПП



Інна ВАРВАРУК

СХВАЛЕНО:

на засіданні Науково-методичної ради, протокол № 1 від 31 серпня 2026 р.

e-mail	sofiia.lashkiv@ukd.edu.ua
Номер аудиторії чи кафедри	Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю
Посилання на сайт	https://ukd.edu.ua
Сторінка курсу в СДО	https://online.ukd.edu.ua/

ВСТУП

Анотація навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Практика PR-діяльності» є обов'язковим компонентом освітньо-професійної програми «Реклама та зв'язки з громадськістю». Вона поєднує теоретичні засади зв'язків з громадськістю з практичним опрацюванням основних інструментів PR: створенням PR-текстів для медіа, плануванням PR-кампаній і спеціальних заходів, антикризовими комунікаціями, формуванням іміджу та репутації, оцінюванням ефективності PR-діяльності. Окрему увагу приділено роботі з медіа в умовах війни, протидії маніпуляціям і дезінформації, використанню цифрових інструментів та етичним стандартам професії.

Мета навчальної дисципліни: формування системи теоретичних знань про інструментарій зв'язків із громадськістю та практичних навичок роботи служб зв'язків із громадськістю, а також способів управління комунікаційною діяльністю організації.

Завдання дисципліни: надати здобувачам знання та вміння у сфері зв'язків із громадськістю; сформувати навички написання інформаційних матеріалів для медіа та проведення спеціальних PR-заходів; навчити планувати PR-кампанії, діяти в кризових ситуаціях, оцінювати ефективність PR-діяльності та протидіяти маніпулятивним технологіям.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен **знати**: основні поняття, терміни і тлумачення, що застосовуються в роботі служб зв'язків із громадськістю; принципи, етапи та класифікацію PR-технологій; правові та етичні засади PR-діяльності; особливості написання PR-текстів і сценаріїв PR-заходів; засади антикризових комунікацій та методи оцінювання ефективності PR.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен **вміти**: організовувати роботу PR-служби; розробляти PR-тексти різних жанрів; формувати ефективні PR-комунікації; розрізняти PR і рекламу; застосовувати інструментарій, види та форми PR для просування ринкових об'єктів; складати стратегічні та тактичні плани PR-комунікацій; планувати та проводити PR-заходи; виявляти маніпулятивні технології; виконувати функції PR-менеджера.

Компетентності та результати навчання, яких набувають здобувачі освіти внаслідок вивчення навчальної дисципліни (шифри та зміст компетентностей та програмних результатів навчання вказано відповідно до ОПП «Реклама та зв'язки з громадськістю»).

Шифр та назва компетентності	Шифр та назва програмних результатів навчання
ЗК 01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях. ЗК 02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК 06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 07. Здатність працювати в команді. ЗК 08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.	ПРН 2. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції. ПРН 3. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами. ПРН 6. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків. ПРН 10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію. ПРН 11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.
СК 01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності. СК 04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.	

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс	3		
Семестр	5		
Кількість кредитів ЄКТС	6		
Аудиторні навчальні заняття		денна форма	заочна форма
	лекції	42 (в годинах)	6 (в годинах)
	семінари, практичні	42 (в годинах)	12 (в годинах)
Самостійна робота		96 (в годинах)	132 (в годинах)
Форма підсумкового контролю	письмова робота (проект)		

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Пререквізити	Постреквізити
Реклама та PR; Копірайтинг у рекламі та PR	Правові та етичні основи рекламної і PR-діяльності; Маркетинг та менеджмент у рекламі

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Перелік тем лекційного матеріалу

Змістовий модуль 1. Теоретичні та організаційні засади PR-діяльності

Тема 1. Концептуальні основи паблік рілейшнз (2 год.)

- Поняття, мета, завдання, принципи та функції паблік рілейшнз.
- PR, реклама, маркетинг і пропаганда: спільне та відмінне.
- PR і журналістика: точки взаємодії та етичні межі.
- PR-фахівець: професійні компетентності та стандарти діяльності.

Самостійна робота (4 год.): Стан ринку PR-послуг в Україні. Аналіз діяльності PR-служби обраної компанії чи установи [1; 4; 6; 10; 14].

Тема 2. PR як наука і мистецтво. Комунікаційний процес (2 год.)

- Моделі комунікації та їх використання в PR.
- Комунікаційні бар'єри, зворотний зв'язок.
- Основні напрями PR-діяльності: медіарілейшнз, корпоративний і внутрішній PR, кризові комунікації, GR, digital PR.

Самостійна робота (2 год.): Аналіз успішного кейсу за одним із напрямів PR-діяльності [1; 11; 20; 21].

Тема 3. Принципи та етапи створення і застосування PR-технологій (2 год.)

- Принципи PR-діяльності: правдивість, суспільний інтерес, своєчасність подання інформації, науковість, міждисциплінарність, етичність.

– Етапи PR-діяльності: визначення проблеми, планування і програмування, дія та комунікація, оцінювання (модель RACE).

– Стратегічне і тактичне планування PR-кампанії.

Самостійна робота (4 год.): Основні етапи PR-діяльності та їх характеристика (2 год.). Види PR-планування; розроблення плану PR-кампанії на запропоновану тему (2 год.) [1; 4; 9].

Тема 4. Історичні передумови виникнення та розвитку PR (2 год.)

– Передумови виникнення PR як професійної діяльності. Внесок А. Лі та Е. Бернейза.

– Моделі PR Дж. Грюніга і Т. Ханта.

– Галузі PR: стратегічне планування, медіатренінг, управління репутацією, управління кризою, організація публічних виступів.

– Становлення PR в Україні; професійні об'єднання та етичні кодекси.

Самостійна робота (4 год.): Історичні моделі послідовного розвитку та розширення функцій PR (2 год.). Основні та допоміжні умови якісних PR (2 год.) [1; 10; 12].

Тема 5. Класифікація PR-технологій за видами та напрямками (4 год.)

– Різновиди PR-технологій за «кольором».

– Різновиди PR-технологій за сферою застосування.

– Різновиди PR-технологій за функціональним призначенням.

Самостійна робота (4 год.): Різновиди PR-технологій за «кольором»: приклади, специфіка, етичні застереження [1; 7].

Тема 6. Псевдотехнології в PR. Маніпуляції та дезінформація (2 год.)

– Основні прийоми псевдотехнологій у PR. Прихована реклама («джинса»).

– Способи маніпулювання громадською думкою; дезінформація та інформаційно-психологічні операції.

– Методи протидії псевдотехнологіям. Професійність і етика PR-фахівця як засіб протидії.

Самостійна робота (2 год.): Інструменти верифікації інформації та фактчекінгу; аналіз фейку за матеріалами фактчекінгових ресурсів [2; 18].

Тема 7. Організаційно-психологічні передумови ефективності PR (2 год.)

– Основні та спеціальні функції PR. Фактори та умови дієвості PR.

– Громадськість, цільові аудиторії та стейкхолдери PR-діяльності.

– Моделювання процесу комунікативного впливу PR на поведінку ринкових суб'єктів.

Самостійна робота (2 год.): Побудова карти стейкхолдерів обраної організації [1; 4; 5].

Тема 8. Інструментарій PR. Базові PR-документи у взаємодії з медіа (4 год.)

– Інформаційний привід. Правила створення PR-текстів.

– Матеріали для розповсюдження: прес-реліз, анонс, бекграундер, медіакіт, факт-лист, біографія, історична довідка, заява.

– Матеріали для публікації в медіа: авторська й оглядова стаття, інтерв'ю, кейс-сторі.

– PR-тексти для вебсайту та соціальних мереж.

Самостійна робота (10 год.): Аналіз прес-релізу: пошук і виправлення помилок (2 год.). Медіакарта традиційних та онлайн-медіа Прикарпаття з характеристикою кожного медіа з огляду на співпрацю (4 год.). Визначення індексу читабельності тексту та його спрощення без втрати змісту (2 год.). Формування прес-кіту на запропоновану тему (2 год.) [1; 2; 16].

Змістовий модуль 2. Прикладні напрями та інструменти PR-діяльності

Тема 9. PR у кризових ситуаціях. Управління кризою (4 год.)

- Причини, типи та основні сценарії кризових ситуацій. Ідентифікація кризи.
- Антикризовий план і кризова команда; політика «єдиного голосу».
- Оптимальна тактика та інструменти реагування на кризу.
- Посткризові комунікації та відновлення репутації.

Самостійна робота (2 год.): Можливі причини та сценарії кризових ситуацій для обраної організації [3; 8].

Тема 10. Використання PR у лобістських цілях. Зв'язки з органами влади (GR) (2 год.)

- Характерні ознаки лобізму. Лобіювання і GR: співвідношення понять.
- Реалізація лобістських програм. Правове регулювання лобіювання в Україні.

Самостійна робота (2 год.): Взаємодія з владними структурами; аналіз лобістської кампанії [1; 15].

Тема 11. Імідж, репутація, бренд: формування і основні елементи (2 год.)

- Поняття іміджу, репутації, бренду.
- Іміджетворчі чинники.
- Фірмовий стиль і його різновиди; брендбук.

Самостійна робота (4 год.): Формування та основні елементи іміджу (2 год.). Розроблення буклета і флаєра для роботи з партнерами і клієнтами (2 год.) [1; 6].

Тема 12. Корпоративна культура та внутрішній PR (2 год.)

- Мета і завдання внутрішнього PR.
- Складові зацікавленості працівника організації.
- Завдання PR у системі управління організацією; канали внутрішніх комунікацій.

Самостійна робота (6 год.): Комунікативні стратегії та техніки в діяльності організацій соціальної сфери (2 год.). Створення корпоративної газети (бюлетеня) академічної групи (4 год.) [1; 4].

Тема 13. Основні заходи PR (4 год.)

- Спеціальні події як інструмент PR.
- Прес-конференція, брифінг, прес-тур.
- Презентація; промова, виступ; перемовини.
- Онлайн- та гібридні формати PR-заходів.

Самостійна робота (8 год.): Спеціальні події як інструменти PR (2 год.). Підготовка й оформлення презентації продукту чи послуги (2 год.). Розроблення сценарію та організація прес-конференції (4 год.) [1; 2; 22].

Тема 14. Оцінка ефективності PR (2 год.)

- Основні критерії та рівні оцінювання PR-діяльності.
- Методи дослідження процесів PR; медіамоніторинг. Барселонські принципи оцінювання комунікацій.
- Контроль за виконанням PR-програми. PR-аудит.

Самостійна робота (2 год.): *Методи оцінювання ефективності PR-кампанії [1; 19].*

Тема 15. PR-діяльність у різних сферах (4 год.)

- PR-діяльність в економічній, соціальній і гуманітарній сферах.
- Політичний PR; виборчі кампанії.
- Робота з медіа під час війни. PR у системі стратегічних комунікацій.

Самостійна робота (6 год.): *PR як засіб впливу на процеси в економічній сфері (2 год.). PR у соціальній і гуманітарній сферах (2 год.). Використання PR у політичній сфері (2 год.) [1; 2; 13; 22].*

Тема 16. Мистецтво оратора та невербальні навички комунікації (2 год.)

- Риторика як теорія і мистецтво красномовства.
- Підготовка виступу; виступ перед камерою.
- Невербальні засоби комунікації. Системні рекомендації щодо забезпечення успішних виступів.

Самостійна робота (4 год.): *Підготовка публічного виступу [2].*

Примітка. Для заочної форми навчання (6 год лекцій, 12 год практичних занять) розподіл аудиторних годин за темами визначається робочим навчальним планом; матеріал, не охоплений аудиторними заняттями, опрацьовується самостійно.

Зміст практичних занять

Змістовий модуль 1. Теоретичні та організаційні засади PR-діяльності

Тема 1. Паблік релейшинз як теорія комунікативної дії

Заняття 1. *Функції PR і професія PR-фахівця* (2 год.)

- Типові функції PR; аналіз функцій PR.
- Особисті якості та професійні вимоги до спеціаліста з PR.

Тема 2. PR – основні процеси

Заняття 2. *Специфіка комунікаційного процесу в PR* (2 год.)

- Розгляд і обговорення специфіки процесу комунікацій (на прикладі гри «Зіпсований телефон»).
- Основні напрями PR-діяльності: успішні приклади.

Тема 3. Принципи та етапи створення і застосування PR-технологій

Заняття 3. *Принципи та етапи PR-технологій* (2 год.)

- Обговорення основних принципів і визначення пріоритетності кожного у створенні та застосуванні PR-технологій.
- Послідовність етапів та особливості кожного з них.

Тема 4. Галузі сфери PR

Заняття 4. *Історичні моделі та галузі PR* (2 год.)

- Чотири історичні моделі послідовного розвитку та розширення функцій PR.
- Основні та допоміжні умови якісних PR.

Тема 5. Класифікація PR-технологій за видами та напрямками

Заняття 5. *PR-технології за «кольором»* (2 год.)

- Різновиди PR-технологій за «кольором»: приклади, огляд специфіки кожного, застереження.

Заняття 6. *PR-технології за сферою застосування та функціональним призначенням* (2 год.)

- Аналіз кейсів комерційного, політичного, соціального та міжнародного PR.

Тема 6. Псевдотехнології в PR

Заняття 7. *Маніпуляції та протидія їм* (2 год.)

- Основні прийоми псевдотехнологій у PR і методи протидії.
- Способи маніпулювання громадською думкою: аналіз кейсів дезінформації.

Тема 7. Ефективність PR: основні передумови

Заняття 8. *Аудиторії та моделювання комунікативного впливу* (2 год.)

- Види аудиторії, на які спрямована діяльність PR.
- Моделювання процесу комунікативного впливу PR на економічну поведінку ринкових суб'єктів.

Тема 8. Базові PR-документи у взаємодії з медіа

Заняття 9. *Прес-реліз та анонс* (2 год.)

- Розроблення різних видів прес-релізів та анонсів.

Заняття 10. *Заява, лист, оглядова стаття, інтерв'ю* (2 год.)

- Підготовка заяви, ділового листа, оглядової статті; підготовка до інтерв'ю.

Змістовий модуль 2. Прикладні напрями та інструменти PR-діяльності

Тема 9. Протидія кризовим ситуаціям засобами PR

Заняття 11. *Ідентифікація кризових ситуацій* (2 год.)

- Причини та основні сценарії кризових ситуацій.
- Ідентифікація кризових ситуацій та оптимальна тактика протидії їм.

Заняття 12. *Антикризова комунікація: ділова гра «Кризовий штаб»* (2 год.)

- Підготовка кризової заяви та плану реагування на кризу.

Тема 10. Використання PR у лобістських цілях

Заняття 13. *Лобізм і GR* (2 год.)

- Розгляд характерних ознак лобізму.
- Реалізація лобістських програм.

Тема 11. Формування та основні елементи у створенні іміджу

Заняття 14. *Імідж, репутація, бренд* (2 год.)

- Імідж, репутація, бренд: на чому базуються.
- Різновиди фірмових стилів.

Тема 12. Корпоративна культура і PR

Заняття 15. *Внутрішні комунікації організації* (2 год.)

- Комунікативні стратегії в діяльності організацій соціальної сфери.
- PR як агент змін у площині якості наданих послуг; комунікативні техніки в покращенні управління.

Тема 13. Основні заходи PR

Заняття 16. *Брифінг і презентація* (2 год.)

- Підготовка сценаріїв проведення брифінгу та презентації.

Заняття 17. *Промова, виступ, прес-тур* (2 год.)

- Підготовка сценаріїв промови (виступу) та прес-туру.

Тема 14. Оцінка ефективності PR

Заняття 18. *Методи оцінювання PR-діяльності* (2 год.)

- Напрями визначення ефективності PR-діяльності, основні методи дослідження процесів PR, інформаційний аудит.

Тема 15. PR-діяльність у різних сферах

Заняття 19. *Політичний і фінансовий PR* (2 год.)

- Розгляд елементів політичного та фінансового PR.

Заняття 20. *Кризовий, міжнародний і соціальний PR* (2 год.)

- Розгляд елементів кризового, міжнародного та соціального PR; робота з медіа під час війни.

Тема 16. Мистецтво оратора та немовленнєві навички комунікації

Заняття 21. *Публічний виступ* (2 год.)

- Головні етапи підготовки виступу.
- Системні рекомендації щодо забезпечення успішних виступів; презентація публічних виступів.

Зміст самостійної роботи здобувачів

Самостійна робота здобувачів (66 год для денної та 132 год для заочної форми навчання) охоплює опрацювання лекційного матеріалу, підготовку до практичних занять і контрольних заходів, виконання індивідуальних практичних завдань (аналіз і редагування прес-релізу, медіакарта медіа Прикарпаття, прес-кіт, план PR-кампанії, сценарій прес-конференції, корпоративне видання групи, публічний виступ) та опрацювання питань, винесених на самостійне вивчення. Зміст і обсяг самостійної роботи за темами наведено в переліку тем лекційного матеріалу.

Розподіл годин, виділених на вивчення дисципліни «Практика PR-діяльності»:

Найменування видів робіт	Розподіл годин за формами навчання	
	денна	заочна
Самостійна робота, год, у т.ч.:	66	132
Опрацювання матеріалу, викладеного на лекціях	14	32
Підготовка до практичних занять та контрольних заходів	16	40
Підготовка звітів з практичних робіт	10	20
Підготовка до поточного контролю	16	20
Опрацювання матеріалу, винесеного на самостійне вивчення	10	20

ПОЛІТИКА КУРСУ

1) щодо системи поточного і підсумкового контролю

Організація поточного та підсумкового семестрового контролю знань студентів, проведення практик та атестації, переведення показників академічної успішності за 100-бальною шкалою в систему оцінок за національною шкалою здійснюється згідно з “Положенням про систему поточного і підсумкового контролю, оцінювання знань та визначення рейтингу здобувачів освіти”. Ознайомитись з документом можна за [посиланням](#).



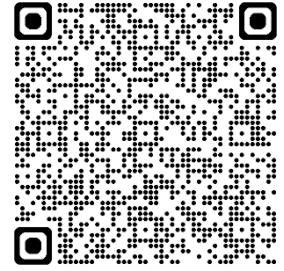
2) щодо оскарження результатів контрольних заходів

Здобувачі вищої освіти мають право на оскарження оцінки з дисципліни отриманої під час контрольних заходів. Апеляція здійснюється відповідно до «Положення про політику та врегулювання конфліктних ситуацій». Ознайомитись з документом можна за [посиланням](#).



3) щодо відпрацювання пропущених занять

Згідно “Положення про організацію освітнього процесу” здобувач допускається до семестрового контролю з конкретної навчальної дисципліни (семестрового екзамену, диференційованого заліку), якщо він виконав усі види робіт, передбачені на семестр навчальним планом та силабусом навчальної дисципліни, підтвердив опанування на мінімальному рівні результатів навчання (отримав ≥ 35 бали), відпрацював визначені індивідуальним навчальним планом всі лекційні, практичні, семінарські та лабораторні заняття, на яких він був відсутній. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).



Пропущене практичне заняття відпрацьовується виконанням практичного завдання з відповідної теми та його усним захистом під час консультації викладача.

4) щодо дотримання академічної доброчесності

“Положення про систему забезпечення академічної доброчесності” закріплює моральні принципи, норми та правила етичної поведінки, позитивного, сприятливого, доброчесного освітнього і наукового середовища, професійної діяльності та професійного спілкування спільноти Університету, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).



У межах дисципліни всі PR-тексти, презентації, сценарії та виступи мають бути авторськими; використані матеріали інших авторів оформлюються покликаннями. Виявлення академічного плагіату є підставою для повторного виконання завдання.

5) щодо використання штучного інтелекту

“Політика використання штучного інтелекту” визначає політику щодо використання технічних засобів на основі штучного інтелекту в освітньому процесі. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#). “Положення про систему забезпечення академічної доброчесності” містить рекомендації щодо використання в академічних текстах генераторів на основі штучного інтелекту. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).



У межах дисципліни використання ШІ дозволене як допоміжний інструмент: для генерування ідей та інформаційних приводів, перевірки правопису й стилю, аналізу читабельності тексту – за умови зазначення використаного інструменту та способу його застосування. Заборонено подавати як власні PR-тексти, повністю згенеровані ШІ; використовувати ШІ під час поточних контрольних робіт і підсумкового контролю (якщо інше не передбачено умовами завдання); завантажувати до сервісів ШІ конфіденційні дані. Відповідальність за фактичну точність тексту несе здобувач.

6) щодо використання технічних засобів в аудиторії та правила комунікації

Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях (для уточнення певних даних, перевірки правопису, отримання довідкової інформації тощо). На гаджетах повинен бути активований режим «без звуку» до початку заняття. Під час занять заборонено надсилання



текстових повідомлень, прослуховування музики, перевірка електронної пошти, соціальних мереж тощо. Під час виконання заходів контролю використання гаджетів заборонено (за винятком, коли це передбачено умовами його проведення). У разі порушення цієї заборони результат анулюється без права перескладання. Ознайомитись з відповідним документом можна за [посиланням](#).

Комунікація відбувається через електронну пошту і сторінку дисципліни в Moodle.

7) щодо зарахування результатів навчання, здобутих шляхом формальної/інформальної освіти

Процедури визнання результатів навчання, здобутих шляхом формальної/інформальної освіти визначаються «Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та / або інформальної освіти». Ознайомитись з документом можна за [посиланням](#).



У межах дисципліни можуть бути зараховані результати навчання, здобуті на онлайн-курсах з комунікацій, PR, медіаграмотності та протидії дезінформації (зокрема на платформах Prometheus, EdEra, Coursera), за наявності сертифіката та відповідності змісту курсу темам дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

При вивченні дисципліни застосовується комплекс методів для організації навчання студентів з метою розвитку їх логічного та абстрактного мислення, творчих здібностей, підвищення мотивації до навчання та формування особистості майбутнього фахівця з реклами та зв'язків з громадськістю.

Програмний результат навчання	Метод навчання	Метод оцінювання
ПРН2	Словесні методи (лекція, пояснення); практичні методи (створення PR-текстів, підготовка PR-заходів)	Усне опитування; перевірка практичних завдань; диференційований залік (письмова робота)
ПРН3	Аналіз кейсів; дискусія; взаємооцінювання	Оцінювання аналітичних завдань і презентацій
ПРН6	Проектний метод (розроблення плану PR-кампанії); робота в командах	Захист проєкту
ПРН10	Наочні (мультимедійні) методи; мозковий штурм; ділові ігри	Оцінювання командної роботи; тестування
ПРН11	Публічні виступи; рольові ігри; медіатренінг	Оцінювання виступу; письмова робота

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНІ РЕСУРСИ

Мультимедійний проектор та екран; комп'ютерний клас з доступом до мережі Інтернет; система дистанційного навчання Moodle; сервіси Google Workspace (Документи, Презентації, Форми); графічний редактор Canva; онлайн-сервіси оцінювання читабельності тексту, медіамоніторингу та фактчекінгу; мікрофон і відеокамера для тренування публічних виступів.

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Контрольні заходи

<i>Вид</i>	<i>Зміст</i>	<i>% від загальної оцінки</i>	<i>Бал</i>	
			<i>min</i>	<i>max</i>
Поточні контрольні заходи	Робота на практичних заняттях: усні відповіді, обговорення кейсів, тестування, ділові ігри	40	23	40
	Індивідуальні практичні завдання: прес-реліз, медіакарта, прес-кіт, план PR-кампанії, сценарій PR-заходу	20	12	20
	всього	60	35	60
Підсумкові контрольні заходи	письмова робота (проект)	40	25	40
Всього:		100	60	100

Процедура проведення контрольних заходів, а саме поточного контролю знань протягом семестру та підсумкового семестрового контролю, регулюється «Положенням про систему поточного та підсумкового контролю оцінювання знань та визначення рейтингу студентів».

Фіксація **поточного** контролю здійснюється в «Електронному журналі обліку успішності академічної групи» на підставі чотирибальної шкали - “2”; “3”; “4”; “5”. У разі відсутності студента на занятті виставляється “н”. За результатами поточного контролю у Журналі, автоматично визначається підсумкова оцінка, здійснюється підрахунок пропущених занять.

Усі пропущені заняття, а також негативні оцінки студенти зобов'язані відпрацювати впродовж трьох наступних тижнів. У випадку недотримання цієї норми, замість “н” в журналі буде виставлено “0” (нуль балів), без права перездачі. Відпрацьоване лекційне заняття в електронному журналі позначається літерою «в».

Критерії оцінювання (поточного та підсумкового контролю)

До підсумкового контролю допускаються студенти які за результатами поточного контролю отримали не менше 35 балів. Усі студенти, що отримали 34 балів і менше, не допускаються до складання підсумкового контролю і на підставі укладання додаткового договору, здійснюють повторне вивчення дисципліни впродовж наступного навчального семестру. За результатами підсумкового контролю (диференційований залік/екзамен) студент може отримати 40 балів.

Студенти, які під час підсумкового контролю отримали 24 бали і менше, вважаються такими, що не здали екзамен/диференційований залік і повинні йти на перездачу.

Критерії оцінювання на практичних заняттях (за чотирибальною шкалою): «5» – здобувач вичерпно і логічно розкриває питання, вільно оперує термінологією, наводить доречні приклади, виконує практичне завдання відповідно до жанрових вимог без помилок; «4» – відповідь повна, але з окремими неточностями, практичне завдання виконане з незначними огріхами; «3» – відповідь неповна, термінологія використовується непослідовно, практичне завдання має суттєві недоліки; «2» – здобувач не володіє матеріалом теми, практичне завдання не виконане.

Критерії оцінювання письмової роботи (максимум 40 балів): тестові завдання – 20 балів (20 запитань по 1 балу); практичне завдання (створення PR-тексту або плану PR-заходу за кейсом) – 20 балів, з них: відповідність жанру та структурі – 5 балів, точність і повнота інформації – 5 балів, мовна грамотність і стиль – 5 балів, відповідність цільовій аудиторії та креативність рішення – 5 балів.

Загальна семестрова оцінка з дисципліни, яка виставляється в екзаменаційних відомостях оцінюється в балах (згідно з **Шкалою оцінювання знань за ЄКТС**) і є сумою балів отриманих під час поточного та підсумкового контролю.

Шкала оцінювання знань за ЄКТС:

Оцінка за національною шкалою	Рівень досягнень, %	Шкала ECTS
Національна диференційована шкала		
Відмінно	90 – 100	A
Добре	83 – 89	B
	75 – 82	C
Задовільно	67 – 74	D
	60 – 66	E
Незадовільно	35 – 59	FX
	0 – 34	F
Національна недиференційована шкала		
Зараховано	60 – 100	-
Не зараховано	0 – 59	-

Студенти, які не з'явилися на заліки/екзамени без поважних причин, вважаються такими, що одержали незадовільну оцінку.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Паблік рилейшнз: теорія і практика : навч. посіб. / уклад. О. В. Гарматюк. Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2024. 266 с.
2. Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій : практ. посіб. / Л. Компанцева та ін. ; за заг. ред. О. Давліканової, Л. Компанцевої. Київ : ВІСТКА, 2022. 278 с.
3. Коулман А. Стратегії кризових комунікацій: як готуватися заздалегідь, ефективно реагувати та цілком відновлюватись / пер. з англ. О. Татаренко. Харків : Фабула, 2023. 199 с.
4. Романовський О. Г., Серeda Н. В., Воробйова Є. В. Основи паблік рилейшнз : навч. посіб. Харків : НТУ «ХПІ», 2018. 174 с.
5. Смірнова К. В. PR менеджмент : конспект лекцій. Одеса : ОДЕКУ, 2021. 191 с.

Додаткова література

6. Гримська М. Зв'язки з громадськістю : підручник. Харків : Фоліо, 2015. 413 с.
7. Євтухова С. М. Паблік рилейшнз : навч.-метод. посіб. Херсон : Вид-во ХДУ, 2015. 151 с.
8. Зубарева М. А. Прикладні антикризові PR-технології : навч. посіб. Острог : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька академія», 2014. 162 с.
9. Климанська Л. Д. Зв'язки з громадськістю: технології прагматичної комунікації : навч. посіб. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2014. 164 с.
10. Королько В. Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика : підручник. 2-ге вид., допов. Київ : Скарби, 2001. 400 с.
11. Мойсеев В. А. Паблік рилейшнз : навч. посіб. Київ : Академвидав, 2007. 224 с.
12. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю : навч. посіб. Київ : НМЦВО, 2001. 560 с.
13. Про медіа : Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20> (дата звернення: 13.10.2026).
14. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр> (дата звернення: 13.10.2026).
15. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17> (дата звернення: 13.10.2026).

Електронні інформаційні ресурси

16. Детектор медіа : вебсайт. URL: <https://detector.media> (дата звернення: 13.10.2026).
17. Інститут масової інформації : вебсайт. URL: <https://imi.org.ua> (дата звернення: 13.10.2026).
18. StopFake : вебсайт. URL: <https://www.stopfake.org/uk/> (дата звернення: 13.10.2026).
19. AMEC. Barcelona Principles 3.0 : вебсайт. URL: <https://amecorg.com> (дата звернення: 13.10.2026).
20. Піар і журналістика – тільки шухляди в голові. MediaLab. URL: <https://medialab.online/news/krigel/> (дата звернення: 13.10.2026).

21. 6 найгучніших PR-скандалів останніх 30 років. Laba. URL: <https://laba.ua/blog/2958-6-nayguchnishih-pr-skandaliv-ostannih-30-rokiv> (дата звернення: 13.10.2026).

22. Марафон креативної практики. Як піарникам організувати роботу з медіа під час війни : відеозапис. YouTube. URL: <https://youtu.be/cqa2XheKSjQ> (дата звернення: 13.10.2026).