

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова науково-методичної
ради НУВГП

Е-підпис _____ Олег ЛАГОДНЮК

_____ дата _____ 2021 р.

06-10- 100 S

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

SYLLABUS

Основи PR-технологій		Fundamentals of PR-technologies	
Шифр за ОП	OK29	Code in Educational Program	
Освітній рівень: бакалаврський (перший)		Educational level: Bachelor's (first)	
Галузь знань: Журналістика	06	Field of knowledge: Journalism	
Спеціальність: Журналістика	061	Field of study: Journalism	
Освітня програма: Журналістика		Educational Program: Journalism	

Силабус навчальної дисципліни «**Основи ПР-технологій**» для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Журналістика» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 061 «Журналістика» галузі знань 06 «Журналістика». Рівне. НУВГП. 2021. 11 с.

ОПП на сайті університету:

<http://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/edu=5Fprograms/2017.html>

Розробник – Супрун Володимир Миколайович, доктор філологічних наук, професор кафедри журналістики та українознавства

Схвалено на засіданні кафедри журналістики та українознавства
Протокол № 02 від 30 вересня 2021 року

Завідувач кафедри – Малевич Леся Дмитрівна, кандидат філологічних наук, доцент.

Керівник освітньої програми – Супрун Володимир Миколайович, доктор філологічних наук, професор кафедри журналістики та українознавства

Схвалено науково-методичною радою з якості навчально-наукового інституту економіки та менеджменту.
Протокол №2 від 19 жовтня 2021 року

Голова науково-методичної ради з якості навчально-наукового інституту економіки та менеджменту – Ковшун Наталія Едуардівна, доктор економічних наук, професор.

СЗ №-5849

© Супрун В.М., 2021
© НУВГП, 2021

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Ступінь вищої освіти	<i>Бакалавр</i>
Освітня програма	<i>«Журналістика»</i>
Спеціальність	<i>061 «Журналістика»</i>
Рік навчання	<i>4</i>
Семестр	<i>8</i>
Кількість кредитів	<i>5</i>
Лекції	<i>16 годин</i>
Практичні заняття	<i>34 години</i>
Самостійна робота	<i>100 годин</i>
Курсова робота	<i>ні</i>
Форма навчання	<i>денна</i>
Форма підсумкового контролю	<i>залік</i>
Мова викладання	<i>українська</i>

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА



Супрун Володимир Миколайович,
доктор філологічних наук,
професор кафедри журналістики та українознавства

Вікіситет
Як комунікувати
ORCID

http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Супрун_Володимир_Миколайович
v.m.suprun@nuwm.edu.ua
0000-0002-5290-3493

Актуальні оголошення – на сторінці дисципліни в системі Moodle

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація навчальної
дисципліни,
мета та завдання

Навчальна дисципліна **«Основи ПР-технологій»** забезпечує набуття у студентів теоретичних знань у галузі паблік рилейшнз та практичних навичок щодо управління зв'язками з громадськістю. Технології паблік рилейшнз використовуються в усіх сферах життя, вони стали невід'ємним атрибутом сучасних суспільних процесів та кампаній, а етичні та інституційні аспекти ПР-діяльності є предметом постійних дискусій в українському суспільстві та ЗМІ. Тому вивчення теорії паблік рилейшнз та оволодіння практичними навичками застосування принципів та засобів ПР є важливим елементом підготовки майбутніх журналістів.

Мета вивчення дисципліни «Основи ПР-технологій» – сформувати у студентів систему знань із теорії та практики public relation, навчити основних принципів та засобі здійснення зв'язків із громадськістю, виробити навички самостійного планування ПР-кампаній.

Основні завдання:

- оволодіти теоретичними знаннями про інструментарій паблік рилейшнз;
- набути практичні навички з реалізації основних напрямків ПР-діяльності;
- сформувані чітке розуміння суті та принципів ПР-діяльності як виду масовокомунікаційної діяльності;
- ознайомитися з основними тенденціями розвитку сучасних ПР-технологій в Україні та світі;
- дати поняття про основні новітні технології та техніки у сфері ПР;
- ознайомити з психологічними аспектами дії ПР, сучасними маніпулятивними технологіями та прийомами.

Покликання на розміщення навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle

<https://exam.nuwm.edu.ua/course/index.php?categoryid=61>

Компетентності

- ЗК1.Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку та опрацювання інформації з різних джерел.
 ЗК 4.Здатність здобувати знання й розуміти площину їхнього застосування в професійній діяльності.
 ЗК 6.Здатність до адаптації та дії в новій ситуації й організації безпечної діяльності.
 ЗК 8.Здатність до міжособистісної взаємодії, працювати як самостійно, так і в команді.
 ФК5.Здатність ефективно просувати створений журналістський продукт, проводити дослідження для його промоції.
 ФК7.Здатність науково-критично осмислювати традиційні та новітні концепції масової комунікації на межі предметних галузей журналістики, реклами, ПР та редагування.

Програмні результати навчання

- РН3.Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту та спрямування його до масової чи соціально диференційованої аудиторії.
 РН 4.Оцінювати свій або чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована та проведена самостійно або разом колегами.
 РН 10.Пропонувати створений медійний продукт, розміщувати інформацію про нього на різних платформах і планувати його ефективне просування.
 РН 17.Застосовувати інформаційні та комунікаційні технології, спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Основи ПР

Тема 1. Паблік рилейшнз як наука й діяльність, особливості ПР в журналістиці

Кількість годин:

лекцій – 2, практичних занять – 2, самостійної роботи – 9

Сутність і основні елементи системи зв'язків з громадськістю (ПР). Терміни й визначення паблік рилейшнз (ПР). Правила ефективного спілкування. Генеза ПР. Світ ПР. Правила ефективності спілкування. Різниця ПР та реклами, ПР і пропаганди. Двоєдина функція. ПР-комунікація. Етичні кодекси міжнародної асоціації фахівців ПР.

Тема 2. Управління системою ПР

Кількість годин:

лекцій – 2, практичних занять – 4, самостійної роботи – 9

ПР як функція менеджменту. Менеджмент ПР. Планування ПР-діяльності. Стратегія і тактика в ПР. Стратегічне мислення. Стратегічний менеджмент. Тайм-менеджмент в ПР. Мета, завдання, специфіка формування ПР-концепцій. Формування корпоративних комунікацій. Корпоративний простір. Корпоративне позиціонування. Формування корпоративного іміджу. Назва. Слоган, Місія. Легенда. Корпоративні кодекси.

Тема 3. Комунікація як основа ПР

Кількість годин:

лекцій – 2, практичних занять – 4, самостійної роботи – 18

Сутність комунікації. Інтерактивний аспект комунікації. Модель комунікації К.Шеннона, В.Вівера, Г. Лассуела. Перцептивний аспект комунікації. Кодування та декодування повідомлення. Єдина система кодів комунікатора та реципієнта. Структура повідомлення. Когнітивні, афективні та поведінкові аспекти інформаційного впливу. Зв'язки з громадськістю як комунікаційна функція управління (В. Лонги, В. Хазелтон). Моделі зв'язків із громадськістю принципами комунікації з середовищем.

Тема 4. Технології управління інформацією, створення новин і робота зі ЗМІ

Кількість годин:

лекцій – 2, практичних занять – 4, самостійної роботи – 10

Суть, мета, функції, права та обов'язки ЗМІ. Роль преси у системі засобів масової інформації та у зв'язках із громадськістю. Функції радіо. Особливості функціонування телекомунікацій різних форм власності. Друковане слово. Друкована продукція. Основи видавничої справи і книгодрукування. Внутрішні видання: багатотиражні газети або корпоративні видання. Робота з друкарнею. Затвердження кошторису. Відеоконференції. Можливості електронних засобів та інтернету. Фотографія в ПР. Зйомки під час заходів. Фоторепортаж. Фотоілюстрація. Організація виставки. Інтернет-можливості (створення вебсторінки, електронні розсилки, соціальні мережі). Специфіка новітніх та соціальних медіа.

Змістовий модуль 2. ПР-технології

Тема 5. Планування, підготовка та проведення ПР-кампанії. ПР у кризових ситуаціях

Кількість годин:

лекцій – 2, практичних занять – 6, самостійної роботи – 18

Етапи проведення ПР-кампаній. Проблеми в сфері ПР і шляхи їх визначення. Дослідницька робота та методи з'ясування сутності ПР-проблеми: соціологічні методи дослідницької роботи в сфері ПР; спеціальні методи дослідницької роботи в сфері ПР: моніторинг ситуації, що склалася; ПР-аудит; комунікаційний аудит; соціальний аудит; ситуаційний аналіз. Формулювання ПР-проблеми. Прогнозування та його методи (метод Делфі, розроблення сценарію та “мозковий штурм”). Складання плану ПР-програми. План ПР-кампанії та його елементи: ситуація; цілі; громадськість (аудиторія); стратегія; тактика; календар-графік; бюджет; оцінка. Основні етапи стратегічного планування та прогнозування. Розробка концепцій плану ПР-кампаній. Діяльнісна складова реалізації програми. Комунікативна складова діяльності програми. Оцінка програми, підведення підсумків ПР-кампанії. Комунікативна

	<p>складова PR-кампанії. Комунікативні основи PR. PR-повідомлення для цільової аудиторії. Секрети ефективності інформаційного повідомлення.</p> <p>Типологія криз. Комунікація у кризових ситуаціях. Управління репутаційними ризиками: розробка матриці ризиків для організації, аналіз ризиків і складання плану роботи з ними, мистецтво попередження ризиків, реагування на різні типи ризиків. PR в кризовій ситуації: життєвий цикл кризи, робота кризового штабу, комунікації в кризовій ситуації, комунікація після кризи, роль digital в кризових ситуаціях, робота в умовах інформаційної атаки на компанію.</p>
Тема 6. Організація діяльності системи зв'язків із громадськістю	
	<p><i>Кількість годин:</i> лекцій –2, практичних занять – 4, самостійної роботи –9</p> <p>Сутність організаційних форм управління зв'язками із громадськістю, процес їх становлення, розвитку та вдосконалення. Державна реєстрація піар-агентства. Форми PR-діяльності: власна служба, консультативна, індивідуальна, змішана. Посадові обов'язки в PR. Сучасні кадрові тенденції на ринку PR-послуг.</p>
Тема 7. Громадськість у процесі PR-діяльності	
	<p><i>Кількість годин:</i> лекцій –2, практичних занять – 4, самостійної роботи –9</p> <p>Організація діяльності PR. Ситуативний підхід до визначення громадськості. Психологічний підхід до визначення громадськості у PR (концепція самоорієнтації). Форми діяльності PR. Зовнішні PR. Консультативні агентства. Обов'язки працівників PR. Внутрішні PR. Зв'язки з громадськістю у кризових ситуаціях. Приблизний план екстремальних зв'язків із громадськістю. Консультанти в галузі PR. Відділ зв'язків з громадськістю. Пресцентри. Етика взаємин із пресою. Надання інформаційних послуг.</p>
Тема 8. Інтернет як комунікаційний простір для зв'язків з громадськістю	
	<p><i>Кількість годин:</i> лекцій –2, практичних занять – 6, самостійної роботи –18</p> <p>Інтернет як новий засіб ЗМІ. Сторінка компанії в Інтернеті. Види PR-діяльності: створення і підтримка веб-сайту, його іміджева і комунікативна функція; взаємодія зі ЗМІ в Інтернеті; моніторинг веб-форумів та участь в них; створення подій та їх висвітлення; проведення в мережі лотерей і конкурсів. Регулярний моніторинг профільних веб-сайтів і соцмереж як один із типів PR-комунікацій в Інтернеті. PR-заходи в Інтернеті: лотереї, вікторини, конкурси тощо. Інтерактивні пресконференції в режимі онлайн (онлайн-відео). Інтернет-технології у внутрішньокорпоративному PR: бази даних співробітників компанії, корпоративні електронні ЗМІ, внутрішньокорпоративні форуми і персональні сторінки «кар'єрного росту».</p>
Методи, технології навчання та викладання	Інтерактивні та проблемні (лекції, бесіди, дебати та дискусії), практичні, проблемно-пошукові (семінари, самостійна робота, проведення самоаналізу результатів, заняття з елементами дистанційного навчання, створення авторських матеріалів, побудова комунікаційного плану та контент-плану поширення та просування продукту, колективне обговорення презентацій та проєктів), інформаційно-ілюстративні, проєктного навчання, інформаційно-комунікаційні.
Засоби навчання	Мультимедійні і проєкційні засоби, інформаційно-комунікаційні системи, програмне забезпечення, дидактичні матеріали.
Методи оцінювання	Для досягнення мети та реалізації завдань курсу студентам потрібно засвоїти теоретичний матеріал, виконати індивідуальні, самостійні завдання до практичних

та структура оцінки	<p>занять, вчасно виконати модульні контрольні роботи. У підсумку вони можуть отримати такі обов'язкові бали:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 60 балів – за поточну роботу; - 40 балів – за модульний контроль (МК 1 – 20 балів, МК 2 – 20 балів)/ <p>Усього – 100 балів.</p> <p>У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи: усного контролю (індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда), письмового контролю (тестування). Методи самоконтролю: уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.</p> <p>Оцінювання виконаних завдань, у тому числі творчого характеру, здійснюється за такими критеріями (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):</p> <ul style="list-style-type: none"> 0% – завдання не виконано; 40% – завдання виконано частково, висновки не аргументовані і не конкретні; 60% – завдання виконано повністю, висновки містять окремі недоліки, судження студента не достатньо аргументовані; 80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки не системного характеру; 100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень. <p>Шкала оцінювання з детальним розподілом балів за темами наведена на сторінці навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle: https://exam.nuwm.edu.ua/course/index.php?categoryid=61</p> <p>Модульні контрольні роботи проходять у формі тестування із застосуванням системи Moodle. У тесті 30 запитань різної складності:</p> <ul style="list-style-type: none"> рівень 1 – 20 запитань по 0,6 балів (12 балів), рівень 2 – 8 запитань по 0,66 балів (5,28 балів), рівень 3 – 2 запитання по 1,36 балів (2,72 балів). <p>Усього – 20 балів.</p> <p>Студенти можуть отримати додаткові бали за написання рефератів, есе дослідницького характеру, наукових статей або тез з тематики курсу. Тему дослідницької роботи можна вибрати самостійно за погодженням із викладачем. Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни.</p> <p>Нормативні документи, що регламентують проведення поточного та підсумкового контролю знань студентів, можливість подання апеляції: http://ep3.nuwm.edu.ua/15311/</p> <p style="text-align: center;">Шкала оцінювання</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Сума балів за всі види навчальної діяльності</th> <th colspan="2">Оцінка за національною шкалою</th> </tr> <tr> <th>екзамен</th> <th>залік</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">90 – 100</td> <td style="text-align: center;">відмінно</td> <td rowspan="3" style="text-align: center; vertical-align: middle;">зараховано</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">74-89</td> <td style="text-align: center;">добре</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">60-73</td> <td style="text-align: center;">задовільно</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">0-59</td> <td style="text-align: center;">незадовільно</td> <td style="text-align: center;">не зараховано</td> </tr> </tbody> </table>	Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою		екзамен	залік	90 – 100	відмінно	зараховано	74-89	добре	60-73	задовільно	0-59	незадовільно	не зараховано
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою															
	екзамен	залік														
90 – 100	відмінно	зараховано														
74-89	добре															
60-73	задовільно															
0-59	незадовільно	не зараховано														
Місце навчальної дисципліни в освітній траєкторії здобувача вищої освіти	Вивченню дисципліни передують вивчення курсу української мови в ЗМК, соціології громадської думки, основ журналістики, теорії і практики журналістської діяльності, іміджології в ЗМК, реклами в ЗМК.															
Поєднання навчання та	Студенти мають можливість додатково отримати бали за виконання індивідуальних завдань дослідницького характеру, а також можуть написати та															

досліджень	<p>опублікувати наукові статті, тези з тематики курсу.</p> <p>В освітньому процесі використовуються наукові дослідження викладача курсу.</p>
Інформаційні ресурси	<p>Основна література</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Балабанова, Л. В. Паблік рилейшнз : навч. посібник / Л. В. Балабанова, К. В. Савельєва; М-во освіти і науки України, Донецький нац. ун-т екон. і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Київ : Професіонал, 2008. 2. Мойсеев В.А. Паблік рилейшнз : навч. посіб. К. : Академвидав, 2007. 3. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. 3-є вид., випр. і доп. К. : Знання, КОО, 2006. <p>Додаткова література</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Бебик, В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія; Міжрегіональна академія управління персоналом. Київ : МАУП, 2005. 5. Глущенко, К. С. Зарубіжний досвід підготовки фахівців у сфері державного PR. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 16. С. 85-88. 6. Деревянко Е. Репутация: реальность и спекуляции. Маркетинг и реклама. 2018. № 4. С. 24-26. 7. Єжижанська Т. С. Книговидавничий ринок України: комунікаційні виклики // Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців : монографія / за заг. ред. Г. В. Горбенко; наук. ред. Н. М. Вернигора ; Інститут журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка. – Київ, 2019. 8. Єжижанська Т. С. Проблеми ефективності комунікації відповідно до парадигми мислення медіаспоживача // Матеріали доповідей учасників II Всеукраїнського конгресу із соціальної психології «Соціальна психологія сьогодні: здобутки і перспективи», 7 листопада 2019 року, м. Київ, 2019. С. 134-135. DOI: 10.33120/UCSPProceedings-2019. 9. Єжижанська Т. С. PR-комунікації видавництва як об'єкт наукової рецепції. Інтегровані комунікації = Integrated communications : науковий журнал / голов. ред. Г. В. Горбенко ; Київський університет імені Бориса Грінченка. Випуск 3. Київ, 2017. 100 с. С. 28-34. 10. Єжижанська Т. С. Бренд видавництва як продукт комунікації. Наукові записки [Української академії друкарства]. 2017. № 1. С. 238–248. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_2017_1_31 11. Єжижанська Т. С. Роль PR-комунікації для стратегічного розвитку видавництва // Соціальні комунікації: теорія і практика : наук. журн. [наук. і літ. ред. Г.Я. Холод; наук. ред. О. М. Холод]. Т. 5. К., 2017. 142 с. С. 87-93. Режим доступу: http://comteka.com.ua/wp-content/uploads/2017/03/%D0%A2%D0%9E%D0%9C_5.pdf 12. Єжижанська Т. Гра видавців і держави: патерналізм чи комунікація? // Матеріали IV наукового симпозиуму «Гра в бісер: комунікаційні ігри сучасності // https://symposium2017.nethouse.ua/services/zhizhanska-tetiana-gra-vidavstv--derzhavipaternalzm-chi-komunka 13. Єжижанська Т. С. PR-комунікації українських книговидавництв як важлива умова діяльності // Соціальні комунікації і нові комунікативні технології: Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 16-17 грудня 2016 р. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2016. 168 с. 14. Єжижанська Т. С. Використання українськими книговидавництвами інтернет-платформ для комунікації із цільовими аудиторіями // Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції (12-13 жовтня 2016 р.) [наук. ред. В. М. Каленич]. Вінниця, 2016. 15. Єжижанська Т. С. Ціннісний підхід до комунікацій з цільовою аудиторією за допомогою спіральної динаміки. Інтегровані комунікації = Integrated communications :

науковий журнал / голов. ред. Г. В. Горбенко ; Київський університет імені Бориса Грінченка. Випуск 1. Київ, 2016. 100 с. С. 28-34.

16. Єжижанська Т. С. Парадигми мислення медіаспоживача: суть і роль у медіаспоживанні. Соціальні комунікація: теорія і практика : наук. журнал. Т. 2. К., 2016. 122 с. С. 44-48.

17. Єжижанська Т. С. Мас-медіа як канали корпоративних комунікацій. Науковий вісник ВНУ імені Лесі Українки. Філологічні науки. 2009. № 2. С. 5-9.

18. Єжижанська Т. С. Проблема визначення цільових аудиторій корпоративних комунікацій. Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі: Міжконтинентальний діалог інтелектуалів : матер. Міжнарод. наук.-практ. конф., 13 листоп. 2014 р. / МОН України, Київ. ун-т ім. Б. Грінченка ; за заг.ред. Огнев'юка. К. : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2014. 344 с. С. 170-179.

19. Кокотюха, А. Український книжковий ПР: теорія і практика. Кн. клуб. 2004. №6. С. 44-45.

20. Куліш А.П. Практика ПР "по-українському". К. : АДЕФ -Україна, 2005.

21. Масімова Л. Г. Формування професійних компетентностей фахівця з видавничої справи та редагування у процесі роботи над візуальним текстом мас-медіа. Педагогічний процес: теорія і практика. 2015. Вип. 1-2. С. 111-115. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/pptp_2015_1-2_25.pdf

22. На сторожі комунікацій: ринок праці та ПР-фахівців. Маркетинг в Україні. 2018. № 3. С. 41-45.

23. Острогляд Т. ПР на каждый день. Харків : Фактор, 2007.

24. Пізнюк Л.В. Паблік рилейшнз : навч. посіб.; за наук. ред. С.М. Квіта. К. : Ун-т «Україна», 2005.

25. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. К.: Ваклер, 1999.

26. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз для професіоналов. К. : Ваклер, 2003.

27. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посіб.. К. : МАУП, 2001.

28. Сміт Д. К. Посібник книговидавця: пер. з англ. Київ : Любів Україну, 1999.

29. Степанова Е. Public relations в издательском деле: ПР-поддержка выпуска нового журнала // http://www.PP-club.com/PP_lib/PP_raboty/earlier/step.shtml

30. Стратегія і тактика комунікацій з громадськістю [для організацій третього сектора] : метод. посіб. / за ред. В.Г. Королька. К., 2003.

31. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій : навч. посіб. / В.М. Петрик, О.А. Штоквиш, В.І. Полевий та ін. К.: Росава, 2006.

32. 10 правил книжкового маркетингу від Дани Павличко <http://www.barabooka.com.ua/10PPavil-knizhkovogo-marketingu-vid-dani-pavlichko/>

33. Книжкові маркетингові стратегії: український досвід / Катерина Котвіцька // <http://www.chytomo.com/news/knizhkovyi-marketingovi-strategiiv-ukrainskij-dosvid>

34. Voskoboinikova-Huzieva O., Masimova L., Vernyhora N., Soshynska V. Digital Culture and Digital Media: Professional Competences // International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE) ISSN: 2278-3075, Volume-9 Issue-3, January 2020. P. 282-288.

35. Yezhyzhanska Tetiana, Krainikova Tetiana, Masimova Larysa. Book PR: do readers influence on the communication of publishing company? Innovative Marketing. Volume 15 2019, Issue #4, pp. 66-77. [http://dx.doi.org/10.21511/im.15\(4\).2019.06](http://dx.doi.org/10.21511/im.15(4).2019.06)

Інтернет-ресурси

1. <http://www.chytomo.com/tag/vidavniche-PPomo>

2. <http://www.chytomo.com/tag/PPomociya>

3. http://PP-club.com/PP_Lib/PP_Rabots.shtml#94 Роботи з ПР. ПР-бібліотека.

4. <https://PIPPaktika.com> Школа ПР Практика. Курси і вебінари для піарників.

5. <https://PIPbythebook.com/> - сайт ПР by the Book.

6. <https://bookforum.ua/>

ПРАВИЛА ТА ВИМОГИ

Дедлайни та перескладання	<p>Ліквідація академічної заборгованості здійснюється відповідно до «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/.</p> <p>Згідно з цим документом реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі.</p> <p>Перескладання модульних контролів здійснюється згідно з http://ep3.nuwm.edu.ua/15311/.</p> <p>Оголошення стосовно дедлайнів складання та перескладання оприлюднюються на навчальній платформі Moodle https://exam.nuwm.edu.ua/</p>
Правила академічної доброчесності	<p>За списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю студент <u>позбавляється</u> подальшого права здавати матеріал і в нього виникає академічна заборгованість.</p> <p>За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка відповідно до ступеня порушення.</p> <p>Усі здобувачі виконані навчальні завдання самостійно перевіряють на виявлення текстових запозичень через університетську платформу MOODLE http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Unplag</p>
Вимоги до відвідування	<p>Студенту не дозволяється пропускати заняття без поважних причин. За об'єктивних причин пропуску занять (довідка про хворобу, інша поважна причина) студенти можуть самостійно вивчити пропущений матеріал на платформі Moodle https://exam.nuwm.edu.ua/</p> <p>Студент має право оформити індивідуальний графік навчання відповідно до Положення http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/</p> <p>Здобувачі на заняттях можуть використовувати мобільні телефони та ноутбуки, але винятково з навчальною метою з цієї дисципліни.</p>

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

Правила отримання зворотної інформації про дисципліну	<p>Щосеместрово студенти проходять онлайн-опитування стосовно якості викладання та навчання викладачем цього курсу та стосовно якості освітнього процесу в НУВГП. Процес опитування регулюється Порядком опитування здобувачів вищої освіти та випускників стосовно якості освіти та освітньої діяльності у Національному університеті водного господарства та природокористування http://ep3.nuwm.edu.ua/17224/</p> <p>За результатами анкетування студентів викладачі можуть покращити якість навчання та викладання цієї та інших дисциплін.</p> <p>Результати опитування надсилають студентам.</p>
Оновлення	<p>З ініціативи викладача зміст цього курсу оновлюється щорічно з урахуванням змін у законодавстві України, наукових досягнень та сучасних практик у галузі.</p> <p>У викладанні цієї дисципліни враховано вимоги Закону України «Про вищу освіту», нормативні документи щодо організації освітнього процесу в закладах вищої освіти та Стандарт вищої освіти України галузі знань 06 Журналістика спеціальності 061 «Журналістика», затверджений і введений у дію наказом Міністерства освіти і науки України від 20.06.2019 № 864.</p> <p>Студенти також можуть долучатися до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачеві.</p>
Навчання осіб з інвалідністю	<p>Документ стосовно організації навчального процесу для осіб з інвалідністю доступний за покликанням http://ep3.nuwm.edu.ua/15913/</p>

У випадку навчання таких категорій здобувачів освітній процес цього курсу враховуватиме, за можливістю, усі особливі потреби здобувача. Викладач та здобувачі вищої освіти з цієї освітньої програми максимально сприятимуть організації навчання для осіб з інвалідністю та особливими освітніми потребами.

Лектор

Супрун В.М., доктор філологічних наук, доцент, професор
кафедри журналістики та українознавства