МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет історії, політології та національної безпеки
Кафедра музеєзнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної діяльності

СИЛАБУС
нормативного освітнього компонента

ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

підготовки першого **(**бакалаврського) рівня вищої освіти

спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа

освітньо-професійної

програми «Документаційне забезпечення управління та інформаційно-аналітична діяльність»

Луцьк – 2023

Силабус освітнього компонента «ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ» підготовки бакалавра, галузі знань 02 Культура і мистецтво, спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, за освітньо-професійною програмою «Документаційне забезпечення управління та інформаційно-аналітична діяльність».

Розробник: Петрович В. В., доцент кафедри музеєзнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної діяльності, к.і.н., доцент.

Силабус освітнього компонента затверджений на засіданні кафедри музеєзнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної діяльності

протокол № 3 від 30 вересня 2023 р.

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми: (Герасимчук О. Б.)

Зі змінами силабус освітнього компонента перезатверджений на засіданні кафедри музеєзнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної діяльності

протокол № 1 від 31 серпня 2022 р.

Завідувач кафедри: (Гаврилюк С. В.)

© Петрович В. В., 2023

1. ОПИС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Галузь знань, напрям спеціальність, освітня програма, освітній ступінь</td><td>Характеристика освітнього компонента</td></tr>
<tr><td>денна форма навчання</td></tr>
<tr><td>Денна форма навчання</td><td>Галузь знань
02 Культура і мистецтво</td><td>Нормативна</td></tr>
<tr><td>Кількість годин/кредитів
120/4</td><td rowspan="3">Спеціальність
029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа</td><td>Рік підготовки: 2-й
Семестр: 3-й</td></tr>
<tr><td rowspan="5">ІНДЗ: є</td><td>Лекції: 36 год.</td></tr>
<tr><td>Практичні (семінари): 24 год.</td></tr>
<tr><td>Освітньо-професійна програма
«Документаційне забезпечення управління та інформаційно-аналітична діяльність»</td><td>Самостійна робота: 52 год.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Освітній ступінь
бакалавр</td><td>Консультації: 8 год.</td></tr>
<tr><td>Форма контролю: екзамен</td></tr>
<tr><td>Мова навчання</td><td>українська</td><td>Навчальний план 2023 р.</td></tr>
</table>

ІІ. Інформація про викладача

ПІП: Петрович Валентина Василівна.
Науковий ступінь: кандидат історичних наук.
Вчене звання: доцент.
Посада: доцент кафедри музеєзнавства, пам’яткознавства та інформаційно-аналітичної діяльності.
Контактна інформація: e-mail: valyavp@ukr.net
Дні занять: див. електронний розклад http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi?n=700

ІІІ. Опис освітнього компонента

1. Анотація курсу

ОК «Зв’язки з громадськістю» належить до переліку нормативних освітніх компонентів підготовки бакалаврів за спеціальністю Інформаційна, бібліотечна та архівна справа освітньої програми Документаційне забезпечення управління та інформаційно-аналітична діяльність і спрямована на: ознайомлення здобувачів вищої освіти з сутністю системи зв’язків організації з цільовою аудиторією та її елементами, закономірностями і випадковостями їх виникнення,

функціонуванням й розвитком, принципами і методами діяльності з формування і управління громадською думкою в інтересах організації і громадськості.

2. Пререквізити та постреквізити освітнього компонента.

Пререквізити. Вивчення дисципліни базується на засвоєнні попередніх освітніх компонентів – «Практикум з української мови з елементами редагування».

Постреквізити. Знання, уміння і навички, що здобуваються після закінчення вивчення даного освітнього компонента, будуть потрібні для вивчення курсу «Психологія міжособистнісної взаємодії».

3. Мета і завдання освітнього компонента.

Мета освітнього компонента: формування у здобувачів вищої освіти зі спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа знань про сутність і природу зв'язків із громадськістю, їхню роль у суспільно-політичному і соціокультурному процесах, про закони і правила налагодження комунікації між організацією і громадськістю, використання PR в документно-інформаційній діяльності.

Основними завданнями вивчення ОК «Зв'язки з громадськістю» є формування у здобувачів вищої освіти чітких та системних уявлень про: історію та етапи становлення зв'язків з громадськістю як самостійної сфери суспільної діяльності та навчальної дисципліни; теоретичні основи PR-діяльності; сучасні принципи і напрями організації PR-діяльності; основні моделі комунікації в PR; функції зв'язків з громадськістю; інституційні аспекти PR; планування та основи управління процесом PR; актуальні тенденції і перспективи розвитку PR в документно-інформаційній діяльності.

4. Результати навчання (компетентності).

Відповідно до освітньо-професійної програми Документаційне забезпечення управління та інформаційно-аналітична діяльність здобувачі освіти в результаті вивчення освітньої компоненти «Зв'язки з громадськістю» набути наступні компетентності:

Загальні *компетентності (ЗК)*: ЗК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. ЗК 7. Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 9. Здатність працювати в команді. ЗК 10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

Спеціальні (фахові) компетентності (СК): СК 1. Здатність здійснювати відбір, аналіз, оцінку, систематизацію, моніторинг, організацію, зберігання, розповсюдження та надання в користування інформації та знань у будь-яких форматах. СК 6 Здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації. СК 7. Здатність впроваджувати інноваційні

технології виробництва інформаційних продуктів і послуг, підвищення якості інформаційного обслуговування користувачів інформаційних, бібліотечних та архівних установ. СК 9 Здатність використовувати PR та інші прикладні соціокомунікаційні технології в умовах сучасної інформаційно-технологічної інфраструктури. СК 17 Здатність організовувати документаційну, бездокументну, інформаційно-аналітичну підтримку діяльності керівника та офісу.

Програмні результати навчання (ПР): ПР 5. Узагальнювати, аналізувати і синтезувати інформацію в діяльності, пов'язаній із її пошуком, накопиченням, зберіганням та використанням. ПР 7. Забезпечувати ефективність функціонування документно-комунікаційних систем. ПР 15 Використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва. ПР 17 Бути відповідальним, забезпечувати ефективну співпрацю в команді.

5. Структура освітнього компонента

Назви змістових модулів і тем	**Усього**	**Лек.**	**Практ. (семін.)**	**Сам. роб.**	**Консуль-тації**	**Форма контролю/бали**
1	2	3	4	5	6	7
Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні аспекти зв'язків з громадськістю						
Тема 1. Теорія комунікації як галузь знання та сфера професійної діяльності	6	4		2		ДС, СР
Тема 2. Історія виникнення та розвитку паблік рилейшнз	4		2	2		ДС, УО, Т, СР
Тема 3. Громадськість як суб'єкт комунікації	6		2	4		ДС, УО, СР, ІНДЗ, Т
Тема 4. Громадська думка як об'єкт PR-діяльності	6		2	3	1	ДС, УО, ІНДЗ, Т
Тема 5. Паблік рилейшнз як сфера практично-прикладної діяльності	8	4		3	1	ДС, СР
Тема 6. Організація діяльності системи зв'язків з громадськістю	9	4	2	3		ДС, УО, СР, ІНДЗ, Т
Тема 7. Зв'язки з громадськістю в політичному житті суспільства	7	4		3		ДС, ДБ
Тема 8. Паблік рилейшнз у соціокультурній сфері	8	4	2	2		ДС, УО, ІНДЗ, Т
Тема 9. Зв'язки з громадськістю в кризових умовах	6		2	3	1	ДС, УО, СР, Т
Тема 10. Міжнародні паблік рилейшнз	8	4		3	1	ДС, ДБ, ІНДЗ
Разом за змістовим модулем 1	68	24	12	28	4	
Змістовий модуль 2. Зв'язки з громадськістю у практичній діяльності інформаційних установ						
Тема 8. Канали та форми здійснення музеями зв'язків з громадськістю	5		2	3		ДС, УО, СР, ІНДЗ, Т
Тема 9. Подієва комунікація музеїв у системі зв'язків з громадськістю	6		2	3	1	ДС, УО, ІНДЗ, Т

Тема 10. Засоби масової інформації як важливий інструмент PR у діяльності інформаційних установ в умовах інформаційної війни	8	4		3	1	ДС, ДБ, РЗ, ІНДЗ
Тема 11. Роль PR у формуванні іміджу інформаційних установ	8	2	2	3	1	ДС, УО, СР ІНДЗ, Т
Тема 12. Напрями та засоби реалізації інформаційними установами зв'язків з громадськістю в умовах воєнного стану	7	2	2	3		ДС, ІРС, УО, ІНДЗ, Т
Тема 13. Планування та організація проведення кампаній зі зв'язків з громадськістю	6		2	4		ДС, УО, ІНДЗ, Т
Тема 14. Комунікації із внутрішньою громадськістю	6	2	2	2		ДС, ДБ, УО, ІНДЗ, Т
Тема 15. Зв'язки з громадськістю інформаційних установ в умовах цифровізації	6	2		3	1	ДС, СР
Разом за змістовим модулем 2	52	12	12	24	4	
ІНДЗ						10 балів
Відвідування, робота на лекційних і семінарських заняттях						30 балів
Написання контрольної роботи						60 балів
Усього годин/ балів	120	36	24	52	8	100 балів

Форма контролю*: ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв'язування задач/кейсів, ІНДЗ/ІРС – індивідуальне завдання/індивідуальна робота здобувача освіти, РМГ – робота в малих групах, СР – самостійна робота, МКР/КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору, УО – усне опитування тощо.

6. Завдання для самостійного опрацювання

Самостійна робота здобувачів вищої освіти виконується за завданням і при методичному керівництві викладача, але без його безпосередньої участі. Вона включає як повністю самостійне засвоєння окремих тем дисципліни, так й опрацювання тем, які розглядаються під час аудиторної роботи. У ході самостійної роботи здобувачі освіти опрацьовують та конспектують навчальну, наукову і довідкову літературу, виконують завдання, спрямовані на закріплення знань і формування умінь та навичок, готуються до поточного контролю з дисципліни.

№ теми	Види, зміст самостійної роботи	Години
1	Опрацювати питання: «Актуалізація PR в сучасному українському суспільстві».	2
2	Опрацювати питання: «Історичні моделі PR. Сучасна модель PR в Україні».	3
3	Опрацювати питання: «Дайте коротку характеристику різновидів PR».	3
4	Опрацювати питання: «Проаналізуйте відмінність PR від іміджу».	2

5	Опрацювати питання: «Правові основи функціонування паблік рилейшнз».	3
6	Опрацювати питання: «Визначте пріоритетні групи громадськості інформаційних установ».	3
7	Опрацювати питання: «Впровадження ПР компаній в інформаційних установах».	3
8	Опрацювати питання: «Поняття і види громадськості в системі PR».	2
9	Опрацювати питання: «Застосування сучасних комунікаційних технологій задля гармонізації стосунків інформаційних установ з громадськістю».	3
10	Опрацювати питання: «Канали та форми передачі інформації, їх функції, особливості декодування».	3
11	Опрацювати питання: «Специфіка організації дозвіллєвих та інформаційних подій службами зв'язків з громадськістю інформаційних установ».	3
12	Опрацювати питання: «Правила підготовки інформаційних повідомлень для прес-секретаря».	2
13	Опрацювати питання: «Формування позитивного іміджу інформаційних установ в українському суспільстві».	3
14	Опрацювати питання: «Стратегія і технології створення іміджу».	2
15	Опрацювати питання: «Визначення цільових та пріоритетних груп громадськості інформаційних установ».	2
16	Опрацювати питання: «Значення зв'язків громадськості у сучасному соціальному середовищі».	2
17	Опрацювати питання: «Етапи реалізації PR-програми».	2
18	Опрацювати питання: «Принципи та завдання PR».	2
19	Опрацювати питання: «Зв'язки з громадськістю та споріднена з ними діяльність».	2
20	Опрацювати питання: «Побудуйте модель PR-комунікатора: інформаційна установа, суспільство».	3
21	Опрацювати питання: «Схема функціональної взаємодії інформаційних установ з органами державної влади та управління».	2
Разом годин		52

7. Види (форми) індивідуальних науково-дослідних завдань

Індивідуальне науково-дослідне завдання виконується у формі реферату за обраною здобувачем вищої освіти темою та складеним відповідно до кожної теми планом (список тем подається нижче). Реферат повинен містити титульний лист, зміст, вступ, текст, висновки, список використаних джерел, додатки. Кожний розділ тексту має починатися з нової сторінки. В кінці виконаного завдання потрібно вказати опрацьовану літературу (не менше 5–10 джерел), перелік якої обов'язково повинен включати наукові публікації за останні три роки. Складається він у алфавітному порядку відповідно до стандарту бібліографічного опису (ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила

складання»). Реферат має бути надрукований на папері формату А 4. Обсяг реферату – 15–20 сторінок. Повнота висвітлення обраної теми визначатиме оцінку (максимально 10 балів).

Тематика індивідуальних науково-дослідних завдань:

1. Зв'язки з громадськістю (PR) як сфера діяльності сучасних суспільств.
2. Громадськість у процесі здійснення зв'язків з громадськістю в інформаційних установах.
3. Комунікація як основа діяльності у зв'язках з громадськістю.
4. Інформаційних установи у системі сучасних комунікацій.
5. Планування і організація проведення PR-кампанії.
6. Відносини зі ЗМІ в зв'язках з громадськістю.
7. Причини та передумови виникнення PR як самостійної сфери діяльності.
8. Комунікативна сутність зв'язків з громадськістю інформаційних установ.
9. Місце реклами у реалізації PR-стратегії інформаційних установ.
10. Технології управління інформацією та створення новин у PR-стратегіях інформаційних установ.
11. Технологія проведення публічних заходів та створення спеціальних подій.
12. Особливості становлення та інституціоналізації зв'язків з громадськістю в Україні.
13. Основні напрями діяльність Асоціації зв'язків з громадськістю в Україні.
14. Зв'язки з громадськістю інформаційних установ в умовах цифровізації.
15. Креативність як складова зв'язків з громадськістю інформаційних установ.
16. Діяльність зв'язків з громадськістю інформаційних установ України в умовах інформаційного суспільства.
17. Сутність і роль досліджень у системі зв'язків з громадськістю інформаційних установ.
18. Задачі та цілі інформаційно-комунікаційних повідомлень в зв'язках з громадськістю інформаційних установ.
19. Паблик рилейшнз як чинник інтеграції українських інформаційних установ у структурі міжнародних організацій.
20. Засоби реалізації PR в умовах діяльності інформаційних установ.

IV. Політика оцінювання

При вивченні освітнього компонента «Зв'язки з громадськістю» застосовується поточний та підсумковий семестрові форми контролю. Також, передбачено обов'язковий контроль засвоєння навчального матеріалу дисципліни, віднесеного на самостійну роботу. Поточний контроль (засвоєння окремих тем) проводиться у формі усного опитування або письмового експрес-контролю на лекціях та семінарських заняттях, у формі виступів здобувачів вищої освіти

з доповідями при обговоренні навчальних питань на семінарських заняттях, у формі написання рефератів, виконання тематичних тестових завдань, підготовки ІНДЗ.

При вивченні освітнього компонента необхідно спиратися на конспект лекцій, рекомендовану навчальну, наукову та додаткову літературу. Вітається використання інших джерел з альтернативними поглядами на ті чи інші питання задля формування продуктивної дискусії з проблем освітнього компонента.

Відвідування занять є обов'язковим. У разі підписання здобувачем вищої освіти індивідуального плану обов'язковим є відвідування лише семінарських занять. Високо оцінюється прагнення здобувачів вищої освіти: регулярно відвідувати заняття; планомірно та систематично засвоювати навчальний матеріал; активно працювати на лекційних і семінарських заняттях, брати участь в обговоренні дискусійних питань; повною мірою долучатися до активних форм навчання; відпрацьовувати пропущені семінарські заняття. З поважних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, міжнародна мобільність) навчання може відбуватись в он-лайн формі.

Недопустимими є: пропуски з неповажних причин та запізнення на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття (окрім випадків, передбачених навчальним планом та методичними рекомендаціями викладача); списування та плагіат.

Здобувачі вищої освіти мають дотримуватися академічної доброчесності: самостійно виконувати усі навчальні завдання, завдання підсумкового контролю. У разі використання ідей, тверджень, відомостей при виконанні усіх завдань, передбачених силабусом, необхідно у формі посилань вказувати на джерела інформації. Дотримуватись норм законодавства про авторське право і суміжні права. Дотримуватись положень «Кодексу академічної доброчесності ВНУ імені Лесі Українки».

У випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття з поважних причин та надав підтверджуючий документ, на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття (усно або у формі тестування) та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми. Пропущені з поважних причин заняття відпрацьовуються у визначений час згідно затвердженого графіка.

Результати навчання, здобуті здобувачем освіти шляхом неформальної та/або інформальної освіти, визнаються у ВНУ імені Лесі Українки шляхом валідації. Порядок та процедура визнання регламентується «Положенням про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у ВНУ імені Лесі Українки». Визнанню можуть підлягати такі результати навчання, отримані в неформальній освіті (професійні курси/тренінги, громадянська освіта, онлайносвіта, професійні стажування та ін.),

які за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як освітньому компоненту в цілому, так і його окремому розділу, темі (темам), індивідуальному завданню, тощо, які передбачені силабусом освітнього компонента. Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті, відбувається в семестрі, що передує семестру початку вивчення освітнього компонента, або під час вивчення ОК (але не пізніше початку останнього місяця навчання, враховуючи ймовірність непідтвердження здобувачем результатів такого навчання).

Окремі теми, змістовий модуль чи курс можуть бути перезараховані здобувачу вищої освіти відповідно до «Положення про підготовку здобувачів освіти у Волинському національному університет імені Лесі Українки з використанням елементів дуальної форми здобуття освіти». Оцінювання здобувачів представниками підприємства, яке зафіксоване у дуальному робочому навчальному плані, враховується у кінці семестру вивчення ОК, програмні результати вивчення якого частково або повністю внесені до дуального робочого навчального плану.

Загалом оцінювання здобувачів здійснюється відповідно до «Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки». Максимальну кількість балів (100) можна набрати упродовж семестру за результатами виконання усіх видів робіт, які передбачені силабусом.

Види оцінювання	Бал
Опитування під час занять – усно. Поточний контроль включає 2 модулі: Модуль 1 містить 2 змістових модулі	30 Оцінювання роботи здобувачів на практичних заняттях за 12 бальною шкалою: 1–3 бали – незадовільна відповідь з конспектом або ксерокопіями; 4–6 балів – неповна відповідь на поставлене питання з конспектом без самостійного володіння матеріалом; 7–9 балів – повна відповідь, здобувач лише частково користується конспектом; 10–12 балів – самостійна, повна відповідь без використання конспекту, виявлене вміння аналізувати, порівнювати матеріал, робити висновки та узагальнення.
Модуль 2 Індивідуальне науково-дослідне завдання (виконується у формі реферату за обраною здобувачем темою та складеним відповідно до кожної теми планом)	10
Модульна контроль робота/Екзамен – теоретичні завдання, тести	60
Загальна сума	100

V. Підсумковий контроль

Семестровий екзамен виставляється здобувачам освіти на підставі результатів виконання усіх видів запланованої навчальної роботи упродовж семестру за 100-бальною шкалою.

Підсумкова семестрова оцінка з освітнього компонента, де формою контролю є іспит, виставляється без складання іспиту за результатами поточного (шкала від 0 до 40 балів) і модульного контролю (шкала від 0 до 60 балів) у випадку, якщо здобувач освіти успішно виконав усі завдання, передбачені силабусом, і набрав при цьому не менше як 75 балів. Така оцінка виставляється в день проведення екзамену в присутності здобувача освіти.

У дату складання екзамену викладач записує у відомість суму поточних балів (шкала від 0 до 40 балів) і суму балів отриманих у результаті модульного контролю (шкала від 0 до 60 балів), що у підсумку становить 100 балів.

Повторне складання заліку/екзамену допускається не більше як два рази: один раз – викладачеві, другий – комісії, яку створює декан факультету.

Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком освітнього процесу.

Перелік питань для підсумкового контролю:

1. Теорія комунікації – наукова основа зв’язків з громадськістю у професійної діяльності працівника інформаційних установ.
2. Історія виникнення та розвитку паблік рилейшнз
3. Поняття комунікації та соціальної комунікації в сучасній науці.
4. Об’єкт і предмет зв’язків з громадськістю як галузі наукового знання.
5. Мета та основні завдання системи зв’язків з громадськістю.
6. Статус зв’язків з громадськістю в системі сучасних наук.
7. Поняття та основні функції зв’язків з громадськістю.
8. Бар’єри комунікації та шляхи їх подолання.
9. Моделі соціальної комунікації.
10. Форми соціальної комунікації.
11. Громадськість як суб’єкт комунікації.
12. Цільові групи громадськості інформаційних установ, їх особливості та проблеми визначення.
13. Громадська думка як об’єкт ПР-діяльності.
14. Комунікативна сутність зв’язків з громадськістю інформаційних установ.
15. Організація діяльності системи зв’язків з громадськістю інформаційних установ.
16. Елементарні операції паблік рилейшнз.

17. Зовнішнє середовище комунікації установ індустрії інформаційних послуг з громадськістю та його параметри.

18. Внутрішнє середовище комунікації установ індустрії інформаційних послуг з громадськістю та його параметри.

19. Дослідницька діяльність зв'язків з громадськістю установ індустрії інформаційних послуг.

20. Паблік рилейшнз як сфера практично-прикладної діяльності.

21. Подієва комунікація: поняття, сутність, місце у системі зв'язків з громадськістю.

22. Типологія подієвих комунікацій інформаційних установ.

23. Канали та форми здійснення зв'язків з громадськістю установ індустрії інформаційних послуг.

24. Особливості підготовки та проведення презентації.

25. Виставки – провідний засіб зв'язків з громадськістю.

26. Поняття, функції та види ЗМІ.

27. Засоби масової інформації – важливий інструмент ПР у діяльності установ індустрії інформаційних послуг в умовах інформаційної війни.

28. Загальні правила роботи працівника паблік рилейшнз та ЗМІ.

29. Прес-конференції як засоби комунікації.

30. Основні напрями діяльності спеціалістів служби зв'язків з громадськістю інформаційних установ.

31. Основні функції відповідальних за роботу із ЗМІ.

32. Різновиди писемних інформаційних матеріалів, що готуються для ЗМІ.

33. Етап планування і програмування у PR-програмі інформаційних установ.

34. Прес-релізи як засіб розповсюдження новин. Правила підготовки прес-релізів.

35. Планування та організація проведення кампаній зі зв'язків з громадськістю.

36. Структура іміджу організації.

37. Поняття і основні властивості іміджу.

38. Основні функції та види іміджу.

39. PR і відносини інформаційних установ з органами державної влади влади та місцевого самоврядування.

40. Основні етапи формування іміджу установ індустрії інформаційних послуг.

41. Пріоритетні напрями та засоби реалізації зв'язків з громадськістю інформаційних установ в умовах воєнного стану.

42. Місце реклами у реалізації PR-стратегії установ індустрії інформаційних послуг.

43. Політична комунікація, її сутність та структура.

44. Місце служб паблік рилейшнз в політичних партіях.

45. Прийоми та методи здійснення зв'язків з громадськістю установ індустрії інформаційних послуг.

46. Паблік рилейшнз у соціокультурній сфері.

47. Види та форми здійснення зв'язків з громадськістю установ індустрії інформаційних послуг в міжнародних відносинах.

48. Кризові паблік рилейшнз.

49. Досвід окремих країн та міжнародних організацій у здійсненні комунікацій з громадськістю.

50. Зв'язки з громадськістю установ індустрії інформаційних послуг в умовах цифровізації.

VI. Шкала оцінювання знань здобувачів освіти з освітнього компонента

Оцінка в балах	**Лінгвістична оцінка**	**Оцінка за шкалою ECTS**	
		оцінка	**пояснення**
90–100	Відмінно	A	відмінне виконання
82–89	Дуже добре	B	вище середнього рівня
75–81	Добре	C	загалом хороша робота
67–74	Задовільно	D	непогано
60–66	Достатньо	E	виконання відповідає мінімальним критеріям
1–59	Незадовільно	Fx	Необхідне перескладання

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна література

1. Афанасьєв І. Ю. Історія PR : навч. посіб. Київ: Алерта, 2016. 139 с.

2. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю : навч. посіб. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.

3. Гапоненко В. А., Рихлік В. А. Зв'язки з громадськістю : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2015. 238 с.

4. Квіт С. М. Масові комунікації. Київ: Видавничий дім «КиєвоМогилянська академія», 2018. 352 с. URL: https://kvit.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2019/02/MassCommunications-2018.pdf.

5. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю : підруч для студ. вищ. навч. закл. Луцьк : ВНУ імені Лесі Українки, 2012. 276 с.

6. Шевченко О В., Яковец А. В. PR: теорія і практика : підруч. Київ : Бізнесполіграф, 2011. 464 с.

Додаткова література

1. Грицюта Н. М. Професійна етика PR-діяльності: сутність поняття, принципи. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. № 4 (20). С. 130–135.
2. Зленко А., Мірошніченко Д. Розвиток комунікативної компетентності у фахівців з документознавства та інформаційної діяльності як запорука успішної кар'єри. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2021. № 13. С. 291–310.
3. Лукашова Л. В. Організація виставкової діяльності : навч. посіб. для вищ. навч. закл. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 372 с.
4. Малькевич А. А. Організація і проведення кампаній у сфері зв'язків з громадськістю. URL: http://surl.li/pddij.
5. Новородовський В. Інформаційна безпека України в умовах російської агресії. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2020. № 9. С. 150–179.
6. Петрович В., Чарікова І. Комунікація в інформаційному суспільстві: релігійний аспект. *KELM (Knowledge, Education, Law, Management).* 2022. № 3(47). С. 95–98. DOI https://doi.org/10.51647/kelm.2022.3.16.
7. Петрович В. В. Зв'язки з громадськістю : навчально-методичні рекомендації. Луцьк, 2023. 41 с. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/21976.
8. Орлик С., Стежко З. Зв'язки з громадськістю як сфера професійної діяльності в Україні. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2021. № 11. С. 348–367.
9. Стороженко Л., Петькун С. Стратегічні комунікації: концептуальні підходи та базові принципи. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2021. № 11. С. 386–403.
10. Шимченко Л., Мірошніченко Д., Костенко Д. Цифрова трансформація україни як механізм ефектизації комунікації влади з народом. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2022. № 14. С. 304–322.
11. Як створити позитивний імідж держави? URL: http://surl.li/pddit.
12. Halvorson K., Rach M. Content Strategy for the Web : Second editionrson. Berkeley, California: New Riders, 2012. 198 p.

Інтернет-ресурси

1. Міжнародна асоціація зі зв'язків з громадськістю (IPRA). URL: http://www.ipra.org 8.
2. Міжнародний довідник зі зв'язків з громадськістю. URL: http://www.hollis-pr.com/index.asp.
3. Міжнародний молодіжний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд». URL: http://inshyi-poglyad.com/uk/.