

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ



ПОДІСВИЙ PR

робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань **02 “Культура і мистецтво”**
Спеціальність **028 “Менеджмент соціокультурної діяльності”**
Освітній рівень **другий (магістерський)**
Освітня програма **“Подісвий менеджмент”**

Статус дисципліни
Мова викладання, навчання та оцінювання

обов’язкова
українська

Завідувач кафедри
менеджменту та бізнесу

Тетяна ЛЕПЕЙКО

Харків
2022

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри менеджменту та бізнесу
Протокол № 1 від 29.08.2022 р.

Розробники:
Кінас І.О., к.е.н., доц. кафедри менеджменту та бізнесу

**Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

Анотація навчальної дисципліни

Паблік релейшнз або зв'язки з громадськістю є невід'ємною частиною сучасної управлінської діяльності, спрямованої на створення атмосфери довіри і взаєморозуміння між партнерами.

Подієвий PR як один із важливих факторів отримання високих результатів у соціокультурній сфері за рахунок досягнення взаєморозуміння, що засновано на правді та повній поінформованості, сприяє формуванню достойного іміджу компанії, допомагає уникнути шкідливих слухів і предвзятостей, а також підвищити якість забезпечення сукупних ринкових запитів споживачів.

В дисципліні розглядаються соціально-психологічні моделі комунікативних процесів, різноманітні форми і методи спілкування із ЗМІ, організація брифінгів, прес-конференцій, презентацій; наведено рекомендації щодо створення іміджу, фірмового стилю, використанню інших засобів з метою підвищення результативності комерційної діяльності.

Метою навчальної дисципліни є формування компетентностей щодо подієвого PR як наддисциплінарного гуманітарного дослідження, а також щодо застосування принципів подієвого PR у практиці організації заходів.

Характеристика навчальної дисципліни

Курс	1М
Семестр	1
Кількість кредитів ECTS	5
Форма підсумкового контролю	залік

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни:

Пререквізити	Постреквізити
Маркетинг	Івент -менеджмент
	Івент-стартапи та технології фандрайзингу

Компетентності та результати навчання за дисципліною

Компетентності	Результати навчання
ЗК5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності)	РНЗ. Вміти збирати та інтегрувати докази власної дослідницької позиції, обґрунтовувати результати соціокультурних практик, презентувати і відстоювати власну думку щодо результатів досліджень та інновацій.
ЗК6. Здатність працювати в міжнародному контексті	
СК4. Здатність вирішувати соціокультурні проблеми за невизначених умов і вимог та надавати науково-обґрунтовані, професійні рекомендації та висновки	
СК5. Здатність організовувати та реалізовувати науково-дослідні, наукововиробничі, соціокультурні проекти	

СК4. Здатність вирішувати соціокультурні проблеми за невизначених умов і вимог та надавати науково-обґрунтовані, професійні рекомендації та висновки	РН4. Здійснювати власну наукову та професійну діяльність з дотриманням вимог чинного законодавства
СК4. Здатність вирішувати соціокультурні проблеми за невизначених умов і вимог та надавати науково-обґрунтовані, професійні рекомендації та висновки	РН7. Розуміти і застосовувати сучасні світові соціокультурні практики
ЗК1. Здатність спілкуватися іноземною мовою	РН8. Використовувати «модель 4К» для розв'язання задач і прийняття рішень, ведення переговорів і наукових дискусій у сфері менеджменту соціокультурної діяльності
ЗК4. Здатність приймати обґрунтовані рішення	
СК3. Здатність до планування, обґрунтування та обговорення результатів проведеного дослідження	
СК4. Здатність вирішувати соціокультурні проблеми за невизначених умов і вимог та надавати науково-обґрунтовані, професійні рекомендації та висновки	
СК5. Здатність організовувати та реалізовувати науково-дослідні, наукововиробничі, соціокультурні проекти	
СК11. Здатність розробляти ефективні системи маркетингу соціокультурних продуктів та послуг (просування проектів, програм, акцій, івентів тощо)	

Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні основи PR

Тема 1. Організаційна роль, функції і принципи PR.

Поняття паблік рілейшнз. Стратегічні цілі та завдання паблік рілейшнз. Основні учасники та етапи організації паблік рілейшнз. Основні складові ефективної концепції паблік рілейшнз. Функції по здійсненню зв'язків з громадськістю. Порівняльна характеристика паблік рілейшнз та реклами. Відмінності паблік рілейшнз та пропаганди. Стратегічні цілі PR-кампанії. Функції PR. Завданням PR. Цільова група PR. Визначення можливих груп громадськості. Етапи процесу налагодження зв'язків із громадськістю. Складові успішної концепції зв'язків із громадськістю.

Тема 2. Становлення паблік рілейшнз як сфери професійної діяльності

Розвиток самого явища PR. Витоки PR-у; розвиток компонентів PR: робота з пресою, пабліситі і консалтинг; основні тенденції розвитку PR-у в кін. XX – поч. XXI ст.; основні

моделі зв'язків з громадськістю. Становлення професійних PR (початок XX століття). Айві Лі, Е. Бернейз. Німецька, французька школи PR. Консолідація PR - товариства (40-60 рр. XX століття). PR в суспільстві глобальної інформації (II половина XX століття, початок XXI століття). Чотири історичні моделі розвитку PR за Д. Грюнінгом. Паблісіті, інформування громадськості, двостороння асиметрична модель, двостороння симетрична модель.

Тема 3. Етика подієвого PR і соціальна відповідальність

Теорія соціальної відповідальності (медіа виконують важливі соціальні функції, особливо відносно демократичної політики; вони мають прийняти на себе обов'язки виконувати ці функції головним чином в сфері інформації та забезпечення платформи для висловлення різних точок зору, а також з питань культури; самостійність медіа, разом з тим – відповідальність перед суспільством; орієнтація медіа на певні професійні стандарти).

Етика PR і соціальна відповідальність. Вимоги до діяльності PR-менеджера (чесність, відповідальність, послідовність, стратегічність мислення, урівноваженість, ввічливість).

Етичні кодекси в PR. Кодекс професійної поведінки Міжнародної асоціації PR, Афінський кодекс, Кодекс професійної поведінки Інституту PR (Англія), Лісабонський кодекс, кодекс Української ліги PR. Закони і нормативні акти, що регулюють інформаційну діяльність в Україні.

Змістовий модуль 2. Планування та організація заходів подієвого PR

Тема 4. Соціально-психологічні основи управління в подієвому PR

Психологія масової комунікації. Теоретичне осмислення. Визначення і теоретичні підходи у дослідженні масової комунікації. Система масової комунікації. Комунікатор, аудиторія, комунікаційне повідомлення. Засоби масової комунікації. Зворотній зв'язок. Ефекти масової комунікації. «Ефект ореола» або «ефект німба», «ефект бумеранга».

Соціальні, фізіологічні, загальнопсихологічні, соціально-психологічні та ідеологічні фактори управління громадськістю.

Тема 5. Спеціальні події в паблік рилейшнз

Корпоративна культура. Спеціальні події в організації – свята, ювілеї, збори. Визначення спеціальних подій. Спеціальна подія – дія організації з метою створення сприятливого ставлення до організації або окремих осіб. Приклади спеціальних подій.

Конференція (нарада, з'їзд, —круглий стіл) як інформаційні заходи, орієнтовані на цільову аудиторію. Умови організації і проведення. Презентація як представлення матеріалізованої інформації. Запрошення. Зустріч. Прес-конференція. Неформальне спілкування. Доповнення спілкування. Розставання. Виставки, фестивалі, ярмарки, семінари, змагання та ін. Псевдоподії – спеціально організовані події з метою привернення уваги до організації чи її продукту. Характерні ознаки псевдоподії. Їх переваги перед спонтанними подіями. Кореґуючі події – соціально відповідальні події, до яких вдається організація в разі проблемної ситуації з метою нейтралізації впливу першоджерела, яке спричинило проблему

Тема 6. Ризик-менеджмент подієвого PR.

Типологія ризиків. Природні, навмисні, ненавмисні (вони ж -руйнівні, неруйнівні). Типологія криз за тривалістю розгортання (несподівані, назріваючі, безперервні). Управління ризиками. Передбачення проблем. Селективна ідентифікація проблем. Увага до сильних і слабких місць. Планування —ззовні всередину. Орієнтація на отримання користі. Складання графіка дії. Підтримка з боку керівництва.

Інформування про ризик – процес збирання науково обґрунтованих даних, пов'язаних з небезпекою для здоров'я людей і довкілля, доведення цих даних до відома широкої громадськості у зрозумілій та продуманій формі. Програма інформування про ризик. Управління в умовах кризи. Помилки організацій в умовах кризи. Вагання, затуманення,

помста, брехня, конфронтація, судове заперечення. Фактори успіху. План комунікації як складова частина загального плану подолання кризи, кризова команда, речник (прес-секретар). Чутки як комунікативне явище. Обставини розповсюдження чуток. Стратегія боротьби з чутками.

Перелік практичних занять, а також питань та завдань до самостійної роботи наведено у таблиці “Рейтинг-план навчальної дисципліни”

Методи навчання та викладання

У процесі викладання навчальної дисципліни «Подієвий PR» для реалізації визначених компетентностей освітньої програми та активізації освітнього процесу на лекційних/практичних/лабораторних заняттях передбачено застосування таких методів навчання як: лекції-дискусії (Теми 1 – 6), робота в малих групах (Теми 2 – 6), презентації (Тема 6), ілюстрації (Теми 1 – 6), різноманітні індивідуальні (Теми 1 – 6) та групові роботи (Тема 2; Теми 5 – 6).

Під час проведення лекційних та лабораторних занять використовуються: пояснювально-ілюстративний, репродуктивні, проблемне викладання, частково-пошуковий, дослідницький методи викладання.

Порядок оцінювання результатів навчання

ХНЕУ ім. С. Кузнеця використовує накопичувальну (100-бальну) систему оцінювання. Оцінка проводиться за такими видами контролю:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту отримати залік, – 60 балів).

підсумковий / семестровий контроль, що здійснюється у формі семестрового диференційованого заліку, відповідно до графіку навчального процесу.

Залік виставляється як загальна сума балів, набраних за результатами поточного контролю.

Поточний контроль включає оцінювання студентів під час:

компетентнісно-орієнтоване завдання за темами – вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді ситуацій; логіка, структура, стиль викладу матеріалу при виступах в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію (максимальна оцінка – 10 балів (два компетентнісно-орієнтованих завдань впродовж семестру, загальна максимальна кількість балів – 20));

презентація – вміння здійснювати узагальнення інформації та робити висновки; вміння планувати та оцінювати певні проблемні питання; логіка, структуризація та обґрунтованість висновків щодо конкретної проблеми; грамотність подачі матеріалу (максимальна оцінка – 15 балів);

виконання експрес опитування за темами – застосування аналітичних підходів; якість і чіткість викладення міркувань; стиль викладу матеріалу в письмових роботах; самостійність виконання роботи; використання методів порівняння, узагальнення понять та явищ; оформлення роботи (оцінюється у 5 балів (два експрес опитування впродовж семестру – загальна максимальна кількість балів – 10));

виконання письмових контрольних робіт – ступінь засвоєння фактичного матеріалу; логіка, структура викладу матеріалу; наявність власної точки зору, позиції на певне проблемне питання. вміння її обґрунтовувати; якість і чіткість викладення міркувань (максимальна оцінка, яку може отримати студент, – 40 балів (одна письмова контрольна робота впродовж семестру – загальна максимальна кількість балів – 40))

Самостійна робота включає:

1) вивчення теоретичного матеріалу з попередньої лекції перед кожним наступним лекційним заняттям;

2) збирання, узагальнення, обробка інформації, необхідної для активної роботи на практичних заняттях.

Підсумковий контроль (виконання письмової підсумкової контрольної роботи) знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни - це перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, взаємозв'язків між окремими розділами, здатності використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до проблем навчальної дисципліни. Він охоплює програму дисципліни і передбачає визначення ступеня опанування студентами компетентностей, діагностику рівня їх теоретичної підготовки. Максимальна оцінка, яку може отримати студент, – 40 балів (одна підсумкова письмова контрольна робота впродовж семестру).

Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів.

Оцінювання знань студентів під час семінарських, практичних занять та виконання індивідуальних завдань здійснюється за такими критеріями:

- розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються; ступінь засвоєння фактичного матеріалу дисципліни; ознайомлення з рекомендованою літературою, а також сучасною літературою з питань, що розглядаються; вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді виробничих ситуацій у процесі виконання індивідуальних завдань і завдань, що виносяться на розгляд в аудиторії;

- узагальнювати інформацію та робити висновки; вміння пояснювати альтернативні погляди та наявність власної точки зору, позиції з певного проблемного питання; застосування аналітичних підходів; якість і ясність аргументації; логічність, структурування та обґрунтованість висновків з конкретної проблеми; самостійність роботи; грамотність викладу матеріалу; використання методів порівняння, узагальнень понять і явищ; оформлення роботи.

Загальними критеріями оцінювання самостійної роботи студентів є: глибина та міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання з окремих тем, уміння робити обґрунтовані висновки, володіння категоріальним апаратом, уміннями та прийомами виконання практичних завдань, уміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та обробку, самореалізація на практичних і семінарських заняттях.

Підсумковий/семестровий контроль. Студент вважається атестованим, якщо сума набраних балів за результатами поточного контролю дорівнює або перевищує 60 балів. Студент не може вважатися атестованим, якщо сума набраних балів за результатами поточного контролю дорівнює 59 і менше балів.

Форми оцінювання та розподіл балів наведено у таблиці «Рейтинг-план навчальної дисципліни».

Рейтинг-план навчальної дисципліни

Тема	Форми та види навчання	Форми оцінювання	Мак бал
Тема 1	<i>Аудиторна робота</i>		
	Лекція 1 з питань: 1. Поняття паблік рілейшнз. 2. Стратегічні цілі та завдання паблік рілейшнз. 3. Складові ефективної концепції паблік рілейшнз. 4. Стратегічні цілі PR-кампанії. Функції PR.	Активна робота на лекції	

	Практичне заняття 1. Виконання теоретичних завдань для розуміння сутності основних категорій PR на основі аналізу та узагальнення джерел інформації	Виконання практичного завдання	5
	Самостійна робота		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття		
Тема 2	Аудиторна робота		
	Лекції 2, 3 за питаннями: 1. Розвиток самого явища ПР. 2. Становлення професійних PR. 3. PR в суспільстві глобальної інформації 4. Чотири історичні моделі розвитку PR за Д.Грюнінгом. 5. Паблісіті, інформування громадськості	Активна робота на лекції	
	Практичне заняття 2, 3. Інформація як головний ресурс реалізації інтересів і рушійна сила соціальних змін. Контроль інформаційного середовища існування, володіння інформаційними технологіями як необхідна умова ефективного реагування на виклики, що постають перед соціальними системами будь-якого рівня.	Виконання практичного завдання	5
		Експрес - опитування	5
	Самостійна робота		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття		-
Тема 3	Аудиторна робота		
	Лекція 4, 5 за питаннями: 1. Теорія соціальної відповідальності 2. Етика PR і соціальна відповідальність. Вимоги до діяльності PR-менеджера 3. Етичні кодекси в PR. 4. Закони і нормативні акти, що регулюють інформаційну діяльність в Україні.	Активна робота на лекції	
		Експрес - опитування	5
	Практичне заняття 4,5. Аналіз робочого часу фахівців з PR. Етика PR і соціальна відповідальність.	Компетентнісно-орієнтоване завдання	10
	Індивідуальна робота		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття		
Тема 4	Аудиторна робота		
	Лекція 6, 7 за питаннями: 1. Психологія масової комунікації. 2. Підходи у дослідженні масової комунікації. 3. Система масової комунікації. 4. Засоби масової комунікації. Зворотній зв'язок. 5. Соціально-психологічні та ідеологічні фактори управління громадськістю.	Активна робота на лекції	

	Практичне 6, 7. Психологія масової комунікації. Теоретичне осмислення. Визначення і теоретичні підходи у дослідженні масової комунікації.	Виконання практичного завдання	5
	Самостійна робота		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття		
Тема 5	Аудиторна робота		
	Лекція 7, 8. За питаннями: 1. Корпоративна культура. 2. Визначення спеціальних подій. Приклади спеціальних подій. 3. Інформаційні заходи, орієнтовані на цільову аудиторію. 4. Неформальне спілкування. 5. Псевдоподії, їх ознаки. 6. Корируючі події	Активна робота на лекції	
	Практичні заняття 7, 8. Умови організації і проведення. Презентація як представлення матеріалізованої інформації. Запрошення. Зустріч. Прес-конференція. Доповнення спілкування. Розставання. Виставки, фестивалі, ярмарки, семінари, змагання та ін	Компетентнісно-орієнтоване завдання	10
	Самостійна робота		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття		
Тема 6	Аудиторна робота		
	Лекція 9, 10 за питаннями: 1. Типологія ризиків. 2. Управління ризиками. 3. Планування – ззовні всередину. 4. Програма інформування про ризик. 5. План комунікації як складова частина загального плану подолання кризи	Активна робота на лекції	
		Презентація	15
	Практичне заняття 9, 10. Управління проблемами з метою запобігання криз. Передбачення проблем. Селективна ідентифікація проблем. Увага до сильних і слабких місць. Орієнтація на отримання користі. Складання графіка дії. Підтримка з боку керівництва.		
		Підсумкова письмова контрольна робота	40
	Самостійна робота		
Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття.			

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Кінас І.О. Опорний конспект лекцій «Подієвий PR». Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=8196>.

Додаткова

2. Рябов І. Б., Шевкопляс І. М. Особливості та сучасні тенденції застосування системи digital-маркетингу на підприємстві. Ефективна економіка. 2020. № 12. Available at: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8423> (дата звернення 13.11.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.12.93.

3. Мірошник М. В., Копица Д. О., Стрюк Л. О. Цифровий маркетинг як середовище інтерактивних технологій digital реклами. Бізнес Інформ. 2020. №5. С. 503–510. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-503-510>.

4. Каніщенко О. Актуальні дослідження інтернет-маркетингових комунікацій. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2018. № 2. С. 149–152.

5. Зеліч В. В., Сойма С. Ю., Криса В. В. Роль і значення комплексу інструментів маркетингових комунікацій та їх вплив на діяльність підприємства. Інфраструктура ринку. Економіка та управління підприємствами. 2020. №43. С. 160–167.

6. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів. Київ: «Центр учбової літератури», 2019. 202 с.

7. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях. Київ: Кондор-Видавництво, 2018. 246 с.

8. Смірнова К. В. PR менеджмент. Одеса: ОДЕКУ, 2021. 191 с.

9. Самойленко Т. Г. Механізми реалізації зв'язків із громадськістю в публічному управлінні. Публічне управління і адміністрування в Україні. 2019. Вип. 14. С. 67–71.

10. Дослідження інтернет-проникнення в Україні 2019 році. Available at: https://inau.ua/sites/default/files/file/1910/dani_ustanovchyh_doslidzhen_iii_kvartal_2019_roku.pdf (дата звернення 13.11.2021).

11. За рік карантину кількість українців у соцмережах зросла на сім мільйонів. Available at: <https://www.dw.com/uk/za-rik-karantynu-kilkist-ukraintsiv-u-sotsmerezkhakh-zrosla-na-sim-milioniv/a-56899697> (дата звернення 13.11.2021).

Інформаційні ресурси в Інтернеті

12. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>

13. Міністерство освіти і науки України. – Режим доступу: <http://www.mon.gov.ua>

14. Офіс Президента України. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua>

15. Сайт ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця. URL: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=8196>.