

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 1

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою факультету
національної безпеки, права та
міжнародних відносин

27 серпня 2024 р., протокол № 8

Голова Вченої ради

Лариса СЕРГІЄНКО




РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Політичний PR-менеджмент і технології»

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр»
спеціальності 052 «Політологія»
освітньо-професійна програма «Політичний менеджмент і PR»
факультет національної безпеки, права та міжнародних відносин
кафедра міжнародних відносин і політичного менеджменту

Схвалено на засіданні кафедри
національної безпеки, публічного
управління та адміністрування
26 серпня 2024 р., протокол № 7

Завідувача кафедри

 Світлана СВІРКО

Гарант освітньої-професійної програми

 Віктор ПАЩЕНКО

Розробник: д.політ.н., проф., професор кафедри національної безпеки, публічного управління та адміністрування Ігор ХРАБАН

Житомир
2024

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	<i>Випуск 1</i>	<i>Зміни 0</i>	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 24 / 2</i>

Робоча програма навчальної дисципліни «Політичний PR-менеджмент і технології» для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» 052 «Політологія» освітньо-професійна програма «Політичний менеджмент і PR» затверджена Вченою радою факультету національної безпеки, права та міжнародних відносин від 27 серпня 2024 р., протокол № 8.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 3

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів 5	05 «Соціальні та поведінкові науки»	Нормативна	
Модулів – 1	052 «Політологія»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		3-й	-
Загальна кількість годин – 150		Семестр	
		6-й	-
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних - 6 самостійної роботи – 3,4	Освітній ступінь «бакалавр»	Лекції	
		48 год.	-
		Практичні,	
		48 год.	-
		Лабораторні	
		- год.	- год.
		Самостійна робота	
54 год.	- год.		
Вид контролю: екзамен			

Частка аудиторних занять і частка самостійної та індивідуальної роботи у загальному обсязі годин з навчальної дисципліни становить для денної форми навчання – 64 % аудиторних занять, 36 % самостійної та індивідуальної роботи.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 4

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни є формування у студентів системних знань, професійних навичок та вмінь, необхідних для ефективного планування, розробки й реалізації PR-стратегій у політичній сфері.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- формування і розвиток комунікаційних аналітичних здібностей у студентів;
- формування та вироблення умінь з ораторської майстерності.
- відстежити особливості технологій PR в різних сферах соціальної комунікації;
- визначити основні організаційні форми і практичні заходи технологічного забезпечення PR;
- засвоїти методологію планування, програмування та технології впровадження PR-кампанії і організації діяльності в напрямку її реалізації.

Зміст навчальної дисципліни направлений на формування наступних **компетентностей**, визначених стандартом вищої освіти зі спеціальності 052 «Політологія»:

ЗК 01. Знання предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 05. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

СК 05. Здатність аналізувати взаємодію політичних акторів та інститутів, владу та урядування, політичні системи та режими, політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування.

СК 07. Здатність застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності.

СК 10. Здатність до здійснення політичного аналізу, прогнозу, розробки практичних рекомендацій та забезпечення їх на практиці.

СК 11. Здатність до здійснення PR-діяльності у політичній сфері.

Отримані знання з навчальної дисципліни стануть складовими наступних **програмних результатів** навчання за спеціальністю 052 «Політологія»:

РН 01. Розуміти предметну область, етичні та правові засади професійної діяльності.

РН 05. Вміти використовувати інформаційні та комунікаційні технології у професійній діяльності.

РН 14. Застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності.

РН 15. Конструювати дизайн, розробляти програму та виконувати політологічні дослідження з використанням сучасних методів, технологій та інструментарію політичного аналізу.

РН 18. Уміти налагоджувати зв'язки із громадськістю, планувати та здійснювати PR-кампанії, займатися медійною діяльністю політичного характеру.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 5

Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти отримують додаткові наступні Soft skills:

- *Комунікативні навички*: ефективно письмове, вербальне й невербальне спілкування в контексті політичного PR; вміння переконливо аргументувати свою позицію під час дискусій і дебатів; розвиток навичок співпраці з зовнішніми зацікавленими сторонами, зокрема з медіа, громадськістю, політичними партнерами.

- *Уміння виступати привселюдно*: навички створення та презентації PR-кампаній; вміння проводити публічні виступи, враховуючи особливості цільової аудиторії; розвиток харизми та впевненості під час публічних заходів.

- *Гнучкість і адаптивність*: здатність швидко реагувати на зміни політичного ландшафту та інформаційного середовища; вміння адаптувати стратегії PR до різних контекстів і викликів; вирішення кризових ситуацій у сфері політичного PR.

- *Лідерські якості*: вміння ефективно організовувати роботу команд під час реалізації PR-кампаній; розвиток навичок управління конфліктами та ухвалення стратегічних рішень; постановка цілей, планування та оцінка результатів діяльності.

- *Аналітичні навички*: вміння працювати з даними, аналізувати медіаполе та громадську думку; проведення моніторингу ефективності PR-кампаній; розвиток критичного мислення для оцінки впливу політичних і PR-стратегій.

- *Особливості якості*: креативність у розробці PR-інструментів і рішень; етичність і чесність у професійній діяльності; терпіння, важливість до деталей і повага до культурних та політичних особливостей аудиторії.

3. Програма навчальної дисципліни Модуль 1

Змістовий модуль 1. Public Relations: методологічні основи, суб'єкти і об'єкти PR-діяльності

Тема 1. Методологічні основи управління зв'язками з громадськістю (ЗК 01, СК 07, РН 01)

1. Поняття «Public Relations».
2. Етапи розвитку PR (коротка характеристика).
3. Функції PR: пізнавальна, прогностична, методологічна, практична, управлінська, освітня.
4. Роль PR в соціально-економічній і політичній сферах сучасного суспільства.
5. Досвід США щодо формування PR-технологій.
6. Зв'язки з громадськістю у країнах Західної Європи.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 6

Тема 2. Історія PR (ЗК 01, СК 07, РН 01)

1. Реклама та PR в Стародавньому Китаї та Індії.
 - 1) Релігійні світосприйняттєві моделі як основа комунікації в Стародавньому Китаї та Індії.
 - 2) Особливості комунікації в політичній сфері.
 - 3) Використання стратагем в системі комунікації.
2. PR в античному суспільстві.
 - 1) Риторика як засіб здійснення комунікацій з громадськістю.
 - 2) Мистецтво публічного діалогу Сократа.
 - 3) Антична політична реклама та перші спроби регулювання рекламного процесу.
3. PR в Західноєвропейській середньовічній культурі.
 - 1) Еволюція політичної комунікації.
 - 2) Особливості соціальної комунікації прошарків суспільства.
 - 3) Громадські зв'язки християнської церкви. Донаторство.
4. Зв'язки з громадськістю в епоху Відродження.
 - 1) Зміна систем комунікації в Західній Європі в період Відродження.
 - 2) Абсолютна монархія і образ правителя-мецената.
 - 3) Церковна та побутова риторика.
5. Зв'язки з громадськістю в Україні від Київської Русі до ХІХ ст.
 - 1) Система комунікацій в східнослов'янських державах періоду Київської Русі.
 - 2) Зв'язки з громадськістю в період формування української козацької держави.
 - 3) Особливості політичної комунікації за часів перебування України в складі Російської імперії.
6. Вплив інтернету та соціальних мереж на розвиток PR.

Тема 3. Стратегічне планування діяльності як основа гармонізації зв'язків організації з громадськістю (ЗК 01, СК 05, СК 10, РН 01, РН 14)

1. Характеристика моделей паблік рілейшенз за Дж.Груніком: маніпулятивна (пропагандистська), журналістська, двостороння асиметрична, двостороння симетрична.
2. Програмування діяльності.
3. Принципи визначення цільових аудиторій.
4. Етичні основи Public Relations.
5. Зарубіжний досвід правового регулювання PR-діяльності.
6. Українське законодавство і управління зв'язками з громадськістю, проблеми і тенденції.

Тема 4. Відділи PR (ЗК 01, СК 05, СК 10, РН 01, РН 14)

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 7

1. Актуальність PR-відділу у складі організації
2. Чисельність PR-відділу
3. Штат службовців, які займаються PR
4. Посада та обов'язки PR-менеджера
5. Чотири складові особливої задачі PR-менеджера
6. Перелік робіт відділу
7. Особливості забезпечення діяльності по зв'язках з громадськістю в сучасній організації.

Змістовий модуль 2. PR - технології в політиці.

Тема 5. PR - кампанія: підготовка, планування та проведення (ЗК 05, СК 05, СК 07, СК 10, СК 11, РН 05, РН 15, РН 18)

1. Планування, координація та контроль за реалізацією програми.
2. Основні моделі управління зв'язками з громадськістю:
 - a. RACE – дослідження; планування та програмування дій; комунікація та дії; оцінка.
 - b. FPCE - пошук фактів; планування, комунікація, оцінка;
 - c. ROPE - дослідження; цілі; програмування; оцінка;
 - d. ROPES - дослідження; цілі; програмування; оцінка; управління.
3. 6-елементна модель процесу PR Ф. Джефкінса. Модель П.Гріна.
4. Головні складові плану PR-кампанії.
5. Зразки PR-кампаній в Інтернеті та телефонних мережах

Тема 6. PR-програми: планування, проведення PR-акцій та оцінка (ЗК 05, СК 05, СК 07, СК 10, СК 11, РН 05, РН 15, РН 18)

1. Управління PR-процесом
2. Етапи PR-програми.
3. Перший етап: визначення PR-проблеми.
4. Другий етап: планування та програмування.
5. Третій етап: дія та комунікація
6. Четвертий етап: оцінювання PR-програми.
7. Аналіз PR-програм, які вплинули на суспільну думку (приклади з історії).
8. Використання сучасних аналітичних інструментів для оцінки результатів PR-кампаній.

Тема 7. Модульні технології у реалізації PR-проектів (ЗК 05, СК 07, СК 10, СК 11, РН 05, РН 14, РН 18)

1. Поняття модульних технологій у PR.
2. Роль модулів у структурі PR-кампанії.
3. Використання модульного підходу для масштабних проектів.
4. Адаптація модульних технологій під потреби клієнта.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 8

5. Інтеграція модульних рішень у комплексні PR-стратегії.
6. Порівняння традиційних та модульних технологій у PR-діяльності.
7. Огляд впровадження модульного підходу в міжнародних кампаніях.

Тема 8. Структура і зміст PR-брифу. Бюджет кампанії (ЗК 05, СК 07, СК 10, РН 05, РН 14)

1. Технічне завдання на розробку проекту з надання послуг у зв'язках з громадськістю (PR-бриф).
2. Мета PR-брифу, його структура.
3. Умови двоступеневого тендерного конкурсу.
4. Визначення загального обсягу бюджетних коштів, що асигнуються на комунікаційну кампанію в цілому.
5. Розподіл коштів бюджету кампанії за статтями витрат.
6. Способи розрахунку бюджету.
7. Вивчення стандартів написання PR-брифу для міжнародних проєктів.
8. Аналіз підходів до формування бюджетів PR-кампаній у різних галузях.

Тема 9. Особливості організації PR-кампаній в Інтернеті (ЗК 05, СК 05, СК 10, СК 11, РН 5, РН 14, РН 15, РН 18)

1. Типи комунікації в Інтернеті і їх конвергенція з традиційними комунікаційними принципами і можливостями.
2. Особливості роботи з цільовими аудиторіями в Інтернеті.
3. Блоги та блогосфера як поле для PR-технологій.
4. Організація і проведення PR-кампаній в Інтернеті.
5. Аналіз тенденцій цифрових PR-кампаній.
6. Вивчення алгоритмів соціальних мереж як інструменту PR-діяльності.
7. Використання блогерів та лідерів думок у PR-кампаніях.
8. Інструменти аналітики для онлайн-кампаній: Google Analytics, Hootsuite тощо.

Тема 10. Іміджмейкінг і репутаційний менеджмент (ЗК 05, СК 05, СК 10, СК 11, РН 5, РН 14, РН 15, РН 18)

1. Імідж як ключове поняття PR.
2. Співвідношення понять «імідж» і «репутація».
3. Іміджмейкінг як технологія, спрямована на інтеграцію ефективного образу в різні життєві сфери.
4. Методика, техніка, процедури. Основні етапи дослідження.
5. Репутаційний менеджмент як окремий вид PR-діяльності.
6. Тренд у формуванні іміджу і бренду.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 9

Тема 11. PR - технології іміджування держави (ЗК 05, СК 05, СК 10, СК 11, РН 5, РН 14, РН 15, РН 18)

1. Поняття «імідж держави» та «імідж країни».
2. Поняття державного бренду.
3. Програми державного інформаційного брендингу країн світу.
4. Формування іміджу країну у світовій громадській думці.
5. Національний брендинг та «б-кутник С.Анхольта».
6. Стратегії культурної дипломатії та технології «м'якої сили» в іміджуванні провідних держав світу.

Тема 12. Новина і ньюсмейкінг в PR. Спін-технології (ЗК 05, СК 05, СК 10, СК 11, РН 5, РН 18)

1. Технології у сфері зв'язків з громадськістю.
2. Інформаційний привід і його основні параметри: склад учасників, взаємодії між учасниками в межах інформаційного приводу, хронотоп інформаційного приводу.
3. Управління інформацією і спін-докторинг.
4. Спін-докторинг та його типи: до-спін, після-спін, торнадо-спін, контроль кризи, зменшення збитків.

Тема 13. Медіарілейшенз. Спеціальні заходи, спонсоринг і фандрайзинг (ЗК 05, СК 05, СК 10, СК 11, РН 5, РН 18)

1. Визначення поняття «медіарілейшенз».
2. Робота прес-служби. Характерні підходи до формування прес-служби.
3. Маркетинг спеціальних подій. Визначення поняття «спеціальна подія» стосовно PR.
4. Спонсоринг і фандрайзинг: визначення понять.
5. Сучасні тенденції спонсорства, його форми. Типи фандрайзингу.
6. Феномен флеш-мобу у сучасному соціокультурному просторі.
7. Род-шоу як нова технологія маркетингу спеціальних подій. Організація род-шоу

Тема 14. Копірайтинг і спічрайтинг (ЗК 01, ЗК 05, СК 05, СК 10, СК 11, РН 5, РН 18)

1. Визначення понять «копірайтинг», «спічрайтинг», «PR-текст».
2. Специфіка PR-тексту. Типологія PR-текстів.
3. Спічрайтерський текст і публічні виступи.
4. Публічний виступ як важливий засіб комунікації з громадськістю.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 10

Тема 15. Громадськість як об'єкт PR-діяльності. Громадська думка (ЗК 05, СК 05, СК 10, СК 11, РН 5, РН 14, РН 15, РН 18)

1. Співвідношення понять громадськість, маса, натовп.
2. Класифікація родових груп громадськості: органи влади (перший сектор), комерційні організації або сектор бізнесу (другий сектор), некомерційні організації (третій сектор).
3. Способи управління громадською думкою.
4. 15 «законів» впливу на громадську думку Хадлі Контрила.
5. Завдання служби PR стосовно громадської думки.
6. Чутки як засіб комунікації та специфічна форма існування громадської думки.

Тема 16. Комунікації в організаціях і PR (ЗК 05, СК 05, СК 10, СК 11, РН 5, РН 14, РН 15, РН 18)

1. Комунікація, підходи до розуміння поняття.
2. Теорія комунікацій, загальна характеристика найважливіших аспектів.
3. Місце PR в процесах комунікації.
4. Семіотика і її роль в практиці PR.
5. Зворотна реакція і зворотній зв'язок, спотворення (перешкоди) в процесі комунікації.
6. Вплив національного менталітету на формування звернення, використання стереотипів і архетипів в кодуванні інформації.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024			
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 11			

4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Змістові модулі і теми	Кількість годин							
	денна форма				Заочна форма			
	усього	лекції	практичні	самостійна робота	усього	лекції	практичні	самостійна робота
Модуль 1								
Змістовий модуль 1. Public Relations: методологічні основи, суб'єкти і об'єкти PR-діяльності								
Тема 1. Методологічні основи управління зв'язками з громадськістю	8	2	2	4	-	-	-	-
Тема 2. Історія PR	10	4	3	3	-	-	-	-
Тема 3. Стратегічне планування діяльності як основа гармонізації зв'язків організації з громадськістю	9	4	4	3	-	-	-	-
Тема 4. Відділи PR	8	2	2	4	-	-	-	-
Модульний контроль	1	-	1	-	-	-	-	-
Разом за змістовий модуль 1	38	12	12	14	-	-	-	-
Змістовий модуль 2. PR - технології в політиці								
Тема 5. PR-кампанія: підготовка, планування та проведення	11	4	4	3	-	-	-	-
Тема 6. PR-програми: планування, проведення PR-акцій та оцінка	11	4	4	3	-	-	-	-
Тема 7. Модульні технології у реалізації PR-проектів	12	4	4	4	-	-	-	-
Тема 8. Структура і зміст PR-брифу. Бюджет кампанії	8	2	2	4	-	-	-	-
Тема 9. Особливості організації PR-кампаній в Інтернеті	8	2	2	4	-	-	-	-
Тема 10. Іміджмейкінг і репутаційний менеджмент	7	2	2	3	-	-	-	-
Тема 11. PR - технології іміджування держави	7	2	2	3	-	-	-	-
Тема 12. Новина і ньюсмейкінг в PR. Спін-технології	11	4	4	3	-	-	-	-
Тема 13. Медіарілейшенз. Спеціальні заходи, спонсоринг і фандрайзинг	12	4	4	4	-	-	-	-
Тема 14. Копірайтинг і спічрайтинг	7	2	2	3	-	-	-	-
Тема 15. Громадськість як об'єкт PR-діяльності. Громадська думка	7	2	2	3	-	-	-	-
Тема 16. Комунікації в організаціях і PR	10	4	3	3	-	-	-	-
Модульний контроль	1	-	1	-	-	-	-	-
Разом за змістовий модуль 2	112	36	36	40	-	-	-	-
ВСЬОГО	150	48	48	54	-	-	-	-

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 12

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
Модуль 1			
Змістовий модуль 1. Public Relations: методологічні основи, суб'єкти і об'єкти PR-діяльності			
1	Тема 1. Методологічні основи управління зв'язками з громадськістю	2	-
2	Тема 2. Історія PR	3	-
3	Тема 3. Стратегічне планування діяльності як основа гармонізації зв'язків організації з громадськістю	4	-
4	Тема 4. Відділи PR	2	-
5	Модульний контроль	1	-
Змістовий модуль 2. PR - технології в політиці			
1	Тема 5. PR-кампанія: підготовка, планування та проведення	4	-
2	Тема 6. PR-програми: планування, проведення PR-акцій та оцінка	4	-
3	Тема 7. Модульні технології у реалізації PR-проектів	4	-
4	Тема 8. Структура і зміст PR-брифу. Бюджет кампанії	2	-
5	Тема 9. Особливості організації PR-кампаній в Інтернеті	2	-
6	Тема 10. Іміджмейкінг і репутаційний менеджмент	2	-
7	Тема 11. PR - технології іміджування держави	2	-
8	Тема 12. Новина і ньюсмейкінг в PR. Спін-технології	4	-
9	Тема 13. Медіарілейшенз. Спеціальні заходи, спонсоринг і фандрайзинг	4	-
10	Тема 14. Копірайтинг і спічрайтинг	2	-
11	Тема 15. Громадськість як об'єкт PR-діяльності. Громадська думка	2	-
12	Тема 16. Комунікації в організаціях і PR	3	-
13	Модульний контроль	1	-
РАЗОМ		48	-

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 13

6. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
Модуль 1			
Змістовий модуль 1. Public Relations: методологічні основи, суб'єкти і об'єкти PR-діяльності			
1	Тема 1. Методологічні основи управління зв'язками з громадськістю Досвід США щодо формування PR-технологій. Зв'язки з громадськістю у країнах Західної Європи.	4	-
2	Тема 2. Історія PR Вплив інтернету та соціальних мереж на розвиток PR.	3	-
3	Тема 3. Стратегічне планування діяльності як основа гармонізації зв'язків організації з громадськістю Зарубіжний досвід правового регулювання PR-діяльності. Українське законодавство і управління зв'язками з громадськістю, проблеми і тенденції.	3	-
4	Тема 4. Відділи PR. Особливості забезпечення діяльності по зв'язках з громадськістю в сучасній організації.	4	-
Змістовий модуль 2. PR - технології в політиці			
5	Тема 5. PR - кампанія: підготовка, планування та проведення Головні складові плану PR-кампанії. Зразки PR-кампаній в Інтернеті та телефонних мережах	3	-
6	Тема 6. PR-програми: планування, проведення PR-акцій та оцінка Аналіз PR-програм, які вплинули на суспільну думку (приклади з історії). Використання сучасних аналітичних інструментів для оцінки результатів PR-кампаній.	3	-
7	Тема 7. Модульні технології у реалізації PR-проектів Порівняння традиційних та модульних технологій у PR-діяльності. Огляд впровадження модульного підходу в міжнародних кампаніях.	4	-
8	Тема 8. Структура і зміст PR-брифу. Бюджет кампанії Вивчення стандартів написання PR-брифу для міжнародних проектів. Аналіз підходів до формування бюджетів PR-кампаній у різних галузях.	4	-
9	Тема 9. Особливості організації PR-кампаній в Інтернеті Аналіз тенденцій цифрових PR-кампаній. Вивчення алгоритмів соціальних мереж як інструменту PR-діяльності. Використання блогерів та лідерів думок у PR-кампаніях. Інструменти аналітики для онлайн-кампаній: Google Analytics, Hootsuite тощо.	4	-
10	Тема 10. Іміджмейкінг і репутаційний менеджмент Репутаційний менеджмент як окремий вид PR-діяльності. Тренд у формуванні іміджу і бренду	3	-
11	Тема 11. PR - технології іміджування держави Формування іміджу країни у світовій громадській думці. Національний брендинг та «б-кутник С.Анхольта». Стратегії	3	-

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 14

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
	культурної дипломатії та технології «м'якої сили» в іміджуванні провідних держав світу		
12	Тема 12. Новина і ньюсмейкінг в PR. Спін-технології Спін-докторинг та його типи: до-спін, після-спін, торнадо-спін, контроль кризи, зменшення збитків.	3	-
13	Тема 13. Медіарілейшенз. Спеціальні заходи, спонсоринг і фандрайзинг Спонсоринг і фандрайзинг: визначення понять. Сучасні тенденції спонсорства, його форми. Типи фандрайзингу. Феномен флеш-мобу у сучасному соціокультурному просторі. Род-шоу як нова технологія маркетингу спеціальних подій. Організація род-шоу	4	-
14	Тема 14. Копірайтинг і спічрайтинг Публічний виступ як важливий засіб комунікації з громадськістю.	3	-
15	Тема 15. Громадськість як об'єкт PR-діяльності. Громадська думка 15 «законів» впливу на громадську думку Хадлі Контрила. Завдання служби PR стосовно громадської думки. Чутки як засіб комунікації та специфічна форма існування громадської думки.	3	-
16	Тема 16. Комунікації в організаціях і PR Зворотна реакція і зворотній зв'язок, спотворення (перешкоди) в процесі комунікації. Вплив національного менталітету на формування звернення, використання стереотипів і архетипів в кодуванні інформації.	3	-
РАЗОМ		54	-

7. Індивідуальні самостійні завдання

Під час вивчення дисципліни здобувачі мають виконати наступні завдання:

1. Аналіз PR-кампаній. У межах цього завдання необхідно обрати одну успішну політичну PR-кампанію, наприклад, вибори президента США тощо. Завдання передбачає аналіз таких аспектів: мета кампанії, основні меседжі та стратегія комунікації, цільові аудиторії, використані PR-технології (традиційні медіа, соцмережі, публічні виступи тощо), а також результати кампанії. Робота має бути структурована, обсягом 10-15 сторінок, оформлена відповідно до вимог.

2. Розробка PR-стратегії для умовної політичної партії або кандидата. У цьому завданні студентам потрібно сформулювати місію та цілі кампанії, визначити основні меседжі, окреслити цільову аудиторію, скласти план дій, визначити бюджет і розробити критерії оцінки ефективності стратегії. Обсяг роботи — 15-20 сторінок, включаючи додатки у вигляді діаграм, графіків чи таблиць. Завдання вимагає логічного та системного підходу до створення стратегії.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 15

3. Дослідження громадської думки. Студентам пропонується розробити анкету для опитування на політичну тему, провести опитування серед 30 і більше осіб та обробити результати. У звіті потрібно описати методику дослідження, представити результати у вигляді графіків і діаграм, а також зробити висновки. Обсяг роботи — 10-15 сторінок, із включенням тексту анкети та результатів у додатках.

4. Розробка онлайн PR-кампанії. Студентам необхідно створити концепцію політичної PR-кампанії в соціальних мережах. Вони мають визначити платформи для взаємодії з аудиторією, розробити контент-стратегію, запропонувати інтерактивні елементи (конкурси, опитування, прямі ефіри тощо) та визначити метрики для оцінки ефективності (охоплення, залучення, реакції). Завдання передбачає написання звіту обсягом 15–20 сторінок із прикладами постів і концепцій відеороликів.

Загальні вимоги до оформлення робіт:

Для оформлення тексту використовувати шрифт Times New Roman, 14 пт, міжрядковий інтервал 1,5, вирівнювання тексту за шириною. Поля: верхнє і нижнє — 2 см, ліве — 2,5 см, праве — 1,5 см. Абзацний відступ становить 1,25 см. Нумерація сторінок здійснюється арабськими цифрами в правому нижньому куті сторінки, починаючи з другої сторінки (титульна сторінка не нумерується).

Структура роботи має містити зміст, в якому зазначено розділи, підрозділи та сторінки, де вони розташовані. Вступ (1–2 сторінки) має містити мету, завдання, об'єкт, предмет і методи дослідження. Висновки формулюються на основі аналізу матеріалу та займають 1–2 сторінки. У роботі також необхідно включити список використаних джерел, оформлений відповідно до стандарту.

Список використаних джерел має містити не менше 5 джерел, включаючи наукові статті, книги, аналітичні звіти або перевірені інтернет-ресурси. Джерела повинні бути упорядковані в алфавітному порядку, із зазначенням автора, назви, року видання, видавництва або посилання.

У додатках повинні бути графіки, таблиці, діаграми, анкети, фотографії або інші ілюстративні матеріали, які підтримують основний текст. Кожен додаток має мати заголовок і бути пронумерованим (наприклад, Додаток А).

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015		Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1 Арк 24 / 16

8. Методи навчання

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання.

Результат навчання	Методи навчання
РН 01. Розуміти предметну область, етичні та правові засади професійної діяльності.	<ul style="list-style-type: none"> • Вербальні методи (лекція, пояснення) • Наочні методи (спостереження, демонстрація, ілюстрація) • Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) • Дискусійний метод • Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) • Ситуаційний метод • Методи самостійної роботи(анотування опрацьованого матеріалу, написання есе, підготовка доповідей, написання наукових статей)
РН 05. Вміти використовувати інформаційні та комунікаційні технології у професійній діяльності.	<ul style="list-style-type: none"> • Вербальні методи (лекція, пояснення) • Наочні методи (спостереження, демонстрація, ілюстрація) • Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) • Дискусійний метод • Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) • Ситуаційний метод Методи самостійної роботи(анотування опрацьованого матеріалу, написання есе, підготовка доповідей, написання наукових статей)
РН 14. Застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності.	<ul style="list-style-type: none"> • Вербальні методи (лекція, пояснення) • Наочні методи (спостереження, демонстрація, ілюстрація) • Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) • Дискусійний метод • Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) • Ситуаційний метод Методи самостійної роботи(анотування опрацьованого матеріалу, написання есе, підготовка доповідей, написання наукових статей)

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 17

<p>РН 15. Конструювати дизайн, розробляти програму та виконувати політологічні дослідження з використанням сучасних методів, технологій та інструментарію політичного аналізу.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Вербальні методи (лекція, пояснення) • Наочні методи (спостереження, демонстрація, ілюстрація) • Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) • Дискусійний метод • Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) • Ситуаційний метод <p>Методи самостійної роботи(анотування опрацьованого матеріалу, написання есе, підготовка доповідей, написання наукових статей)</p>
<p>РН 18. Уміти налагоджувати зв'язки із громадськістю, планувати та здійснювати PR-кампанії, займатися медійною діяльністю політичного характеру.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Вербальні методи (лекція, пояснення) • Наочні методи (спостереження, демонстрація, ілюстрація) • Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) • Дискусійний метод • Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) • Ситуаційний метод <p>Методи самостійної роботи(анотування опрацьованого матеріалу, написання есе, підготовка доповідей, написання наукових статей)</p>

9. Методи контролю

Перевірка досягнення результатів навчання здійснюється з використанням наступних методів.

Результат навчання	Методи контролю
РН 01. Розуміти предметну область, етичні та правові засади професійної діяльності.	<p>Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання</p> <p>Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів</p> <p>Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань</p> <p>Самооцінювання та взаємооцінювання</p> <p>Перевірка виконання модульного контролю</p> <p>Екзамен</p>

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 18

РН 05. Вміти використовувати інформаційні та комунікаційні технології у професійній діяльності.	Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань Самооцінювання та взаємооцінювання Перевірка виконання модульного контролю Екзамен
РН 14. Застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності.	Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань Самооцінювання та взаємооцінювання Перевірка виконання модульного контролю Екзамен
РН 15. Конструювати дизайн, розробляти програму та виконувати політологічні дослідження з використанням сучасних методів, технологій та інструментарію політичного аналізу.	Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань Самооцінювання та взаємооцінювання Перевірка виконання модульного контролю Екзамен
РН 18. Уміти налагоджувати зв'язки із громадськістю, планувати та здійснювати PR-кампанії, займатися медійною діяльністю політичного характеру.	Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань Самооцінювання та взаємооцінювання Перевірка виконання модульного контролю Екзамен

10. Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти

Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Державному університеті «Житомирська політехніка» та розподілу балів, що наведений нижче.

Система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни включає:

- поточний, модульний та підсумковий контроль.

Поточний контроль проводиться для оцінювання рівня засвоєння знань, формування умінь і навичок здобувачів вищої освіти впродовж вивчення ними

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 19

матеріалу модуля (змістових модулів) навчальної дисципліни. Поточний контроль здійснюється під час проведення навчальних занять.

Модульний контроль проводиться з метою оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти за модуль (змістові модулі) навчальної дисципліни. Модульний контроль проводиться під час навчального заняття після завершення вивчення матеріалу модуля (змістових модулів) навчальної дисципліни. Модульний контроль здійснюється у формі тестування.

Підсумковий контроль проводиться для підсумкового оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни. Підсумковий контроль здійснюється після завершення вивчення навчальної дисципліни. Підсумковий контроль проводиться у формі екзамену. Процедура складання екзамену визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Розподіл балів з навчальної дисципліни

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
Для здобувача денної форми навчання	
Виконання завдань поточного контролю	60
Виконання завдань модульного або підсумкового контролю	40
Підсумкова семестрова оцінка	100

Розподіл балів за виконання завдань поточного контролю

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
	денна форма
Виконання завдань під час навчальних занять ¹	40
Виконання та захист індивідуальних самостійних завдань ²	20
Виконання науково-дослідної роботи та інших видів робіт (додаткові – заохочувальні бали) ³ : 1. Участь у студентських предметних олімпіадах, Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт, грантах, науково-дослідних проектах 2. Підготовка наукових статей, тез доповідей наукових конференцій	до 20
Разом за виконання завдань поточного контролю	60

Розподіл балів за виконання завдань під час навчальних занять

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
	денна форма
Відповіді (виступи) на заняттях	15
Участь у дискусії	5
Виконання тестових завдань	5
Виконання та захист практичних завдань, вправ, кейсів	15
Разом за виконання завдань під час навчальних занять	40

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 20

З метою застосування цілих чисел для оцінювання результатів роботи здобувачів під час навчальних занять може використовуватися 100-бальна шкала оцінювання щодо кожного окремо виду робіт. Розрахунок загальної кількості балів, які здобувач може набрати за результатами роботи під час навчальних занять протягом семестру, проводиться за формулою:

$$P_{\text{нз}} = \sum(P_i \times \text{ВК}_i) \times K_{\text{нз}}, \quad (1)$$

де $P_{\text{нз}}$ – загальна кількість балів, набраних здобувачем за виконання завдань під час навчальних занять за семестр;

P_i – кількість набраних здобувачем балів за семестр за виконання i -го виду робіт під час навчальних занять (за 100-бальною шкалою);

ВК_i – ваговий коефіцієнт за виконання i -го виду робіт під час навчальних занять. Значення вагових коефіцієнтів розраховуються шляхом ділення кількості балів, яка передбачена за виконання окремого виду робіт під час навчальних занять, на сумарну кількість балів за виконання усіх видів робіт під час навчальних занять за семестр;

$K_{\text{нз}}$ – коригувальний коефіцієнт, який визначається шляхом ділення кількості балів, що передбачена за виконання завдань під час навчальних занять за семестр, на 100 балів.

Розподіл балів за виконання завдань модульного контролю

Види робіт здобувача вищої освіти денної форми навчання	Кількість балів за семестр
Виконання завдань модульного контролю 1	20
Виконання завдань модульного контролю 2	20
Разом за виконання завдань модульного контролю	40

Якщо здобувач вищої освіти денної форми навчання виконав завдання модульного контролю і з урахуванням отриманих балів за поточний контроль набрав у сумі 60 балів або більше, він може погодити дану оцінку в електронному кабінеті і вона стане семестровою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни.

Якщо здобувач вищої освіти денної форми навчання під час вивчення навчальної дисципліни набрав 60 балів або більше і бажає покращити свій результат успішності, він проходить процедуру підсумкового контролю у формі екзамену. Набрані бали за виконання завдань підсумкового контролю, а також бали за поточний контроль сумуються і формується семестрова оцінка з навчальної дисципліни. Бали, які здобувач вищої освіти набрав за виконання завдань модульного контролю, при цьому не враховуються під час розрахунку семестрової оцінки з навчальної дисципліни.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 21

Здобувач вищої освіти допускається до процедури підсумкового контролю у формі екзамену, якщо за виконання завдань поточного контролю набрав 20 балів або більше.

Якщо здобувач вищої освіти за результатами поточного контролю набрав 15–19 балів, він отримує право за власною заявою опанувати окремі теми (змістові модулі) навчальної дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми. Вивчення окремих складових навчальної дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми, здійснюється у вільний від занять здобувача вищої освіти час.

Якщо здобувач вищої освіти за результатами поточного контролю набрав від 0 до 14 балів (включно), він вважається таким, що не виконав вимоги робочої програми навчальної дисципліни та має академічну заборгованість. Здобувач вищої освіти отримує право за власною заявою опанувати навчальну дисципліну у наступному семестрі понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми¹.

Процедура надання додаткових освітніх послуг здобувачу вищої освіти з метою вивчення навчального матеріалу дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми, визначена у Положенні про надання додаткових освітніх послуг здобувачам вищої освіти в Державному університеті «Житомирська політехніка»

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках окремих тем навчальної дисципліни, здійснюється викладачем за зверненням здобувача вищої освіти та представленням документів, які підтверджують результати навчання (сертифікати, свідоцтва, скріншоти тощо). Рішення про визнання та оцінка за відповідну частину освітнього компонента приймається викладачем за результатами співбесіди зі здобувачем вищої освіти.

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках цілого освітнього компонента, здійснюється за процедурою, яка визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Рекомендовані курси:

1. Дія.Освіта - PR-спеціаліст. *Дія.Освіта*.
URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/pr-specialist>.
2. Як робити PR самостійно. *The Instapreneurs - No Bullshit Marketing Education*. URL: <https://www.theinstapreneurs.com.ua/lectures/how-to-pr>.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 22

3. SMM: фундамент. [Prometheus](https://apps.prometheus.org.ua/learning/course/course-v1:Prometheus+SMM_F101+2023_T1/home). URL:
https://apps.prometheus.org.ua/learning/course/course-v1:Prometheus+SMM_F101+2023_T1/home

Шкала оцінювання

Шкала ЄКТС	Національна шкала	100-бальна шкала
A	Відмінно	90-100
B	Добре	82-89
C		74-81
D	Задовільно	64-73
E		60-63
FX	Незадовільно	35-59
F		0-34

11. Глосарій

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
1.	PR-кампанія	PR campaign
2.	PR-проект	PR project
3.	Агітація	Agitation
4.	Виборча кампанія	Election campaign
5.	Виборчі технології	Election technologies
6.	Громадська думка	Public opinion
7.	Дезінформація	Disinformation
8.	Електоральна стратегія	Electoral strategy
9.	Емоційний вплив	Emotional influence
10.	Імідж	Image
11.	Іміджмейкер	Image maker
12.	Кризовий PR	Crisis PR
13.	Лідер громадської думки	Leader of public opinion
14.	Маніпуляція	Manipulation
15.	Медіа-активізм	Media activism
16.	Медіа-образ	Media image
17.	Медіа-планування	Media planning
18.	Медіа-простір	Media space
19.	Меседж	Message
20.	Мобілізація електорату	Electorate mobilization
21.	Моніторинг	Monitoring
22.	Моніторинг медіа	Media monitoring
23.	Новини	News
24.	Партійний PR	Party PR

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 23

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
25.	Політична комунікація	Political communication
26.	Політична реклама	Political advertising
27.	Політична стратегія	Political strategy
28.	Політичний піар	Political PR
29.	Політичні лідери	Political leaders
30.	Прес-конференція	Press conference
31.	Прес-реліз	Press release
32.	Прес-релізи	Press releases
33.	Прес-служба	Press service
34.	Протидія політичним маніпуляціям	Countering political manipulation
35.	Рейтинг	Rating
36.	Рекламні кампанії	Advertising campaigns
37.	Сегментація аудиторії	Audience segmentation
38.	Соціальний вплив	Social influence
39.	Соціальні медіа	Social media
40.	Спін-докторінг	Spin doctoring
41.	Стратегії виборчих кампаній	Electoral strategies campaigns
42.	Стратегії впливу	Influence strategies
43.	Техніки переконання	Persuasion techniques
44.	Технології PR	PR technologies
45.	Технології політичного маркетингу	Political marketing technologies
46.	Тренди політичного PR	Political PR trends
47.	Участь у політичних процесах	Participation in political processes
48.	Фальсифікація виборів	Election fraud
49.	Фокус-групи	Focus groups
50.	Формування громадської думки	Formation of public opinion

12. Рекомендована література

Основна література

1. Бакланова Н., Михайліченко А. Політична пропаганда як один із найефективніших засобів формування громадської думки. *Politicus*. 2023. № 1. С. 7–11. URL: <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2023-1.1>.
2. Богаченко М. М. Сучасні наукові концепції політичного менеджменту. *Актуальні проблеми політики*. 2021. № 67. С. 47–52. URL: <https://doi.org/10.32837/app.v0i67.1149>
3. Іванова-Биканова В.Є. Політичний перформанс як чинник антикризового політичного менеджменту. *Politicus*. 2021. № 5. Р. 34–39. URL: <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2021-5.6>.
4. Була С. П. Свідерська О. І. Соціальні мережі як інструмент політичної маніпуляції. *Політикус : наук. журнал*. 2020. № 4. С. 21–25. <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/10335/1/Bula%2c%20Sviderska.pdf>

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.05- 05.01/052.00.1/Б/ОК26- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 24 / 24

5. Твердохліб О., Гайович Г. Сугестія та її прояви в сучасному інформаційному просторі держави. Науковий вісник: Державне управління. 2022, 1(11). С. 222–239. [https://doi.org/10.33269/2618-0065-2022-1\(11\)-222-239](https://doi.org/10.33269/2618-0065-2022-1(11)-222-239)

6. Губіна А., Нетреба М., Хлебнікова Т. СУЧАСНІ PR-ТЕХНОЛОГІЇ У МЕНЕДЖМЕНТІ ОРГАНІЗАЦІЙ. *Наукові перспективи (Naukovі perspektivi)*. 2021. № 11 (17). URL: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-11\(17\)-258-269](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-11(17)-258-269)

7. Мироненко В. Вимірювання ефективності PR-діяльності: варіативність критеріїв та підходів. *Communications and Communicative Technologies*. 2020. № 20. С. 107–115. URL: <https://doi.org/10.15421/292016>

Допоміжна література

1. Романюк О., Коваленко І. Аудіовізуальні засоби масової комунікації в політичній діяльності. *Вісник Книжкової палати*. 2021. № 10. С. 17–21. URL: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2021.10\(303\).17-21](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2021.10(303).17-21).

2. Загурська-Антонюк В.Ф., Сергєєв В.С., Литвинчук О.В., Маніпулятивні PR-технології у політичному менеджменті та зв'язках з громадськістю. Науковий журнал "Регіональні студії" Ужгородського національного університету. Серія: Політологія. 2022. Вип. 29. С. 172-176. URL: <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2022.29.27>

3. Проноза І. І. Політичні PR-технології як інструмент формування політичної свідомості. *Політичне життя*. 2021. № 2. С. 96–101. URL: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2021.2.14>

4. Рихлік В. А. Політичний PR під час виборчого процесу. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197253692.pdf>

5. Губіна А., Нетреба М., Хлебнікова Т. СУЧАСНІ PR-ТЕХНОЛОГІЇ У МЕНЕДЖМЕНТІ ОРГАНІЗАЦІЙ. *Наукові перспективи (Naukovі perspektivi)*. 2021. № 11 (17). URL: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-11\(17\)-258-269](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-11(17)-258-269)

6. Зайко Л., Андросович О., Лиса І. РОЛЬ МЕДІА ТА ПОЛІТИЧНОГО PR У КОНСОЛІДАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА. *"Scientific notes of V. I. Vernadsky Taurida National University", Series: "Philology. Journalism"*. 2023. Т. 2, № 2. С. 169–173. URL: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.2.2/28>.

13. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Електронна бібліотека Державного університету «Житомирська політехніка» URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/>

2. Журнал Актуальні проблеми політики http://app.nuoua.od.ua/PolityProject_index. URL: <http://www.systemicpeace.org/polityproject.html>

3. European Political Science Review | Cambridge Core. *Cambridge Core*. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/european-political-science-review>

4. International IDEA. *International IDEA*. URL: <https://www.idea.int/>