

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**  
**ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ**

**Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю**

*Укладачі: Вежель Л. М., к.філол.н., доцент; Бабак М. П., к.філол.н., Бобрик О.В., асистент;  
асистент; Олтаржевський Д.О., к.філол.н., доцент, Шабліовський В. Є., канд.філол.н, доцент;  
Щегельська Ю. П., канд.політ.н., асистент*

**ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА: ПРАКТИКА PR-ДІЯЛЬНОСТІ**

**Робоча навчальна програма**

**Для студентів спеціальності 6.030302 реклама і зв'язки з громадськістю**

**Затверджено**  
на засіданні кафедри  
Протокол №  
від « » 2013 р.

Зав. кафедри  
\_\_\_\_\_ проф. Іванов В.Ф.

Директор Інституту  
\_\_\_\_\_ проф. Різун В.В.

**Робоча навчальна програма з дисципліни «Професійна підготовка: практика PR-діяльності»**

Укладачі: кандидат філологічних наук, доцент ВЕЖЕЛЬ Ліна Михайлівна  
кандидат філологічних наук, асистент БАБАК Марина Петрівна  
асистент БОБРИК Олена Володимирівна  
кандидат філологічних наук, асистент ОЛТАРЖЕВСЬКИЙ Дмитро Олегович  
кандидат філологічних наук, доцент ШАБЛІОВСЬКИЙ Володимир Євгенович  
кандидат політологічних наук, асистент ЩЕГЕЛЬСЬКА Юлія Павлівна

**Викладачі:** к. філол.н., доц. Вежель Л. М., асист., к. філол.н., Бабак М.П.,  
к.соціальн.ком., асист. Цуканова Г.М., к.філол.н., асист. Олтаржевський Д.О

**Погоджено**  
з науково-методичною комісією  
« » \_\_\_\_\_ 2013 р.

---

**Підпис голови НМК Інституту**

## ВСТУП

Дисципліна «Професійна підготовка: практика PR-діяльності» викладається на 2 курсі в I семестрі. Дана дисципліна розрахована на 252 години аудиторних та позааудиторних занять – з них 0 годин лекцій, 102 годин практичних занять, 150 годин для самостійної роботи. Закінчується іспитом в I семестрі.

**Місце в структурно-логічній схемі спеціальності.** Дана дисципліна є базовою для спеціальності «Реклама і зв'язки з громадськістю» і є складовою циклу професійної підготовки фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр», а також є допоміжною базою для вивчення таких спеціальних дисциплін як «Організація PR-рекламної діяльності», «Теорія і практика зв'язків з громадськістю», «Реклама інформаційної продукції», «PR / рекламний копірайтинг», «Креатив у рекламі та PR», «Медіапланування», «Планування і організація рекламного видання», «Мас-медійна реклама» та інші.

Завершується вивчення дисципліни «Професійна підготовка: практика PR-діяльності» екзаменом у I семестрі.

**Метою і завданням навчальної дисципліни:** «Професійна підготовка: практика PR-діяльності» є:

- ознайомлення з актуально-практичними та науково-прикладними основами зв'язків з громадськістю;
- вивчення типології зв'язків з громадськістю;
- знання ринку зв'язків з громадськістю;
- ознайомлення із регулюванням PR-діяльності;
- знайомство з функціями та посадовими обов'язками спеціаліста «менеджер паблік рилейшнз»;
- знайомство та участь в PR-фестивалях;
- підготовка до участі в PR-діяльності;
- вироблення практичних професійних навичок в галузі зв'язків з громадськістю;
- ознайомлення із специфікою професії безпосередньо на виробництві.

**Предмет навчальної дисципліни** «Професійна підготовка: практика PR-діяльності» полягає в закріпленні теоретико-комунікативних навичок курсу «Реклама та зв'язки з громадськістю» та опануванні практичних основ, принципів, механізмів, вмінь у галузі рекламної та PR діяльності.

### **Вимоги до знань та вмінь.**

#### ***Студент повинен знати:***

- основні поняття, тлумачення і терміни паблік рилейшнз;
- принципи, функції і завдання PR у бізнесі;
- типи, категорії, види PR та їх форми та жанри;
- регулювання зв'язків з громадськістю;
- ринок зв'язків з громадськістю;
- вітчизняні і міжнародні фестивалі з паблік рилейшнз;
- діяльність підрозділів і учасників PR-ринку та бізнесу;
- стандарти професії та вимоги до працівників в галузі зв'язків з громадськістю.

#### ***Студент повинен уміти:***

- визначати рекламу та паблік рилейшнз;
- формувати ефективні рекламні та PR-комунікації;

- застосовувати види, форми реклами та PR для просування певних ринкових об'єктів;
- складати стратегічні та тактичні плани рекламної та PR-комунікації;
- планувати та проводити заходи PR-комунікації;
- виконувати посадові функції менеджерів зв'язків з громадськістю.

**Система контролю знань та умови складання іспиту.** Навчальна програма «Професійна підготовка: практика PR-діяльності» оцінюється за модульно-рейтинговою системою.

Рівень опанування дисципліною визначається за модульно-рейтинговою системою. Система розрахунку балів – накопичувальна. Результати навчальної діяльності оцінюються за 100 бальною шкалою, в яку входять 60 балів за ЗМ1 та ЗМ2 (по 30 балів за кожен), а також 40 балів за екзамен.

**Контроль знань.** Контроль знань здійснюється за модульно-рейтинговою системою. Оцінювання за формою контролю:

**Поточний контроль:** оцінювання домашніх самостійних завдань: участь в практичних групових тренінгах та написання контрольних робіт, виконаних студентами під час практичних занять, проходження експрес-тестів на знання термінології. Домашні завдання є письмовими.

**Модульний контроль:** модульна контрольна робота за I семестр.

**Підсумковий контроль:** екзамен в I семестрі.

#### **Контроль знань студента за модульно-рейтинговою системою**

##### ***Оцінювання за формами поточного контролю***

- усна відповідь - 3 бали
- доповнення – 2 бали
- наукова доповідь – 5 балів
- командна робота на семінарі – 4 бали
- письмова модульна контрольна робота – 10 балів
- письмова контрольна робота – 5 балів
- письмова самостійна робота – 5 балів
- підготовка до практичного заняття, опрацювання наукової літератури (конспект) – 4 бали
- робота на практиці – 5 балів/день

##### ***Оцінювання за формами самостійної роботи***

- відвідування Національної виставки реклами «REX – 2010»  
(ознайомлення із експозицією, збір зразків рекламної продукції) – 2 бали;
- письмовий аналіз-звіт щодо тенденцій розвитку рекламного ринку України – 4 бали;
- участь у розробці й реалізації практичних проектів  
(із наданням письмового звіту та зразків, завірених керівництвом) – 10 балів;
- участь у рекламних конкурсах  
(із наданням письмового звіту та зразків, завірених керівництвом) – 10 балів;
- розробка власних рекламних чи PR-проектів – 10 балів.

**Розрахунок мінімальної кількості балів, отриманих за 2 змістові модулі, що дають допуск до заліку**

Характер роботи	Кількість балів	Кількість занять, на яких має бути присутній студент	Розрахунок мінімальних балів, які є допуском до заліку
Усна відповідь	3	5	15
Доповнення	2	5	10
Домашнє завдання	2	5	10
Контрольна робота	5	1	5
Модульна Контрольна робота	5	1	5
Мінімальна сума за 100 бальною системою			40

**Розрахунок максимальної кількості балів, які студент може отримати за 2 змістові модулі**

Характер роботи	Кількість балів	Кількість занять, на яких має відвідати	Розрахунок максимальних балів
Усна відповідь	3	1	3
Доповнення	2	1	2
Відвідання виробництва	5	8	40
Контрольна робота	5	2	10
Модульна Контрольна робота	5	1	5
Загальна сума за 100 бальною системою			60

**Шкала відповідності болонської, національної та європейської систем**

100 бальна шкала	Національна шкала	Європейська шкала ECTS
90–100	Відмінно (5)	A (відмінно)
85–89	Добре (4)	B (дуже добре)
75–84		C (добре)
65–74	Задовільно (3)	D (задовільно)
60–64		E (достатньо задовільно)
35–59	Незадовільно (2)	FX (з правом перескладання)
1–34		F (без права перескладання)

Якщо за результатами модульно-рейтингового контролю студент отримав за модуль **менше ніж 30 балів**, то він не допускається до екзамену і вважається таким, що не виконав головні види робіт, які передбачаються навчальним планом на семестр з «Професійна підготовка: практика PR-діяльності».

## НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

### I семестр

№ теми	НАЗВА ТЕМИ	Кількість годин	
		Практичні заняття	Самостійна робота
<b>ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА: ПРАКТИКА ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ</b>			
<b>Модуль 1. Основи PR</b>			
1.	<b>Історичні витоки PR.</b> Практичне заняття №1. Історичні витоки PR. Практичне заняття №2. Історичні витоки PR. Практичне заняття №3. Історичні витоки PR.	6	10
2.	<b>Теоретичні засади зв'язків з громадськістю. Типологія зв'язків із громадськістю</b> Практичне заняття №4. Теоретичні засади зв'язків з громадськістю. Типологія зв'язків із громадськістю. Практичне заняття №5. Теоретичні засади зв'язків з громадськістю. Типологія зв'язків із громадськістю. Практичне заняття №6. Теоретичні засади зв'язків з громадськістю. Типологія зв'язків із громадськістю.	6	10
3.	<b>Структура PR</b> Практичне заняття №7. Структура PR. Практичне заняття №8. Структура PR. Практичне заняття №9. Структура PR.	6	10
4.	<b>Планування PR-діяльності</b> Практичне заняття №10. Планування PR-діяльності. Практичне заняття №11. Планування PR-діяльності. Практичне заняття №12. Планування PR-діяльності.	6	10
5.	<b>PR-концепція</b> Практичне заняття №13. PR-концепція. Практичне заняття №14. PR-концепція. Практичне заняття №15. PR-концепція.	6	10
6.	<b>Основи медіа-релейшнз. Новинна комунікація</b> Практичне завдання №16. Основи медіа-релейшнз. Новинна комунікація. Практичне завдання №17. Основи медіа-релейшнз. Новинна комунікація. Практичне завдання №18. Основи медіа-релейшнз. Новинна комунікація.	6	10
7.	<b>PR-документи</b> Практичне завдання №19. PR-документи. Практичне завдання №21. PR-документи. Практичне завдання №21. PR-документи.	6	10
8.	<b>PR-тексти</b> Практичне завдання №22. PR- тексти. Практичне завдання №23. PR- тексти. Практичне завдання №24. PR- тексти.	6	12

9.	<b>Категорії та моделі PR. «Кольорові» паблік рілейшнз</b> Практичне завдання №25. Категорії та моделі PR. «Кольорові» паблік рілейшнз Практичне завдання №26. Категорії та моделі PR. «Кольорові» паблік рілейшнз Практичне завдання №27. Модульна контрольна робота №1.	6	10
<b>Модуль 2. Напрямки PR</b>			
10.	<b>Репутаційний PR</b> Практичне завдання №28. Репутаційний PR. Практичне завдання №29. Репутаційний PR. Практичне завдання №30. Репутаційний PR.	6	10
11.	<b>Комерційний PR. Галузевий PR</b> Практичне завдання №31. Комерційний PR. Галузевий PR. Практичне завдання №32. Комерційний PR. Галузевий PR. Практичне завдання №33. Комерційний PR. Галузевий PR.	6	12
12.	<b>Політичний PR.</b> Практичне завдання №34. Політичний PR. Практичне завдання №35. Політичний PR. Практичне завдання №36. Політичний PR.	6	10
13.	<b>Урядовий PR (Government relation).</b> Практичне завдання №37. Урядовий PR (Government relation). Практичне завдання №38. Урядовий PR (Government relation). Практичне завдання №39. PR територій.	6	12
14.	<b>Соціальний PR</b> Практичне завдання №40. Соціальний PR. Практичне завдання №41. Соціальний PR. Практичне завдання №42. Соціальний PR.	6	10
15.	<b>Науковий PR (Scientific relations)</b> Практичне завдання №43. Науковий PR (Scientific relations). Практичне завдання №44. Науковий PR (Scientific relations). Практичне завдання №45. Науковий PR (Scientific relations).	6	10
16.	<b>Шоу-бізнесовий PR</b> Практичне завдання №46. Шоу-бізнесовий PR. Практичне завдання №47. Шоу-бізнесовий PR. Практичне завдання №48. Шоу-бізнесовий PR.	6	10
17.	<b>Антикризовий PR.</b> Практичне завдання №49. Антикризовий PR. Практичне завдання №50. Антикризовий PR. Практичне завдання №51. Модульна контрольна робота №2	6	10
	<b>Всього</b>	<b>102</b>	<b>186</b>

Загальний обсяг **288 год.**

Практичні – **102 год.**

Самостійна робота - **186 год.**

## МОДУЛЬ 1. ОСНОВИ PR

### ТЕМА 1. ІСТОРИЧНІ ВИТОКИ PR – (6 год.)

#### Практичне заняття №1 – (2 год.)

1. Історичні корені PR.
2. Прото PR.
3. PR в епоху Середньовіччя.
4. PR в епоху Відродження.
5. PR в епоху Просвітництва.
6. PR в Новій епохи.
7. PR в Новітні часи.
8. PR в XX сторіччі.

#### Практичне заняття №2 – (2 год.)

1. Передумови створення та місце PR в структурі різних організацій.
2. Сучасні тенденції в PR.

#### Практичне заняття №3 – (2 год.)

1. Перегляд художнього фільму «Гра змінилася».

#### **Завдання для самостійної роботи (10 год.):**

1. Скласти аналітичну записку: «Сучасні тенденції світового PR».
2. Підготувати есе: «Моральний вибір в PR».
3. Підготувати презентацію: «PR в світовій історії».

#### *Література [2, 5, 7, 8]*

### ТЕМА 2. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ PR. ТИПОЛОГІЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

#### Практичне заняття №4 – (2 год.)

1. Визначення PR-комунікації.
2. Кодекси та нормативні документи PR.
3. Предмет, мета, завдання, принципи та функції та задачі PR.
4. PR та маркетинг: спільне та відмінне.
5. Напрямки PR.

#### Практичне заняття №5 – (2 год.)

1. Спеціалісти в галузі PR.
2. Посадові обов'язки в PR.
3. Сучасні кадрові тенденції на ринку PR-послуг.
4. Професійні вимоги до спеціалістів в галузі PR.
5. PR-служба та її підрозділи.

#### Практичне заняття №6 – (2 год.)

1. Напрямки PR.
2. Аналіз діяльності компанії.
3. Щоденна PR-практика: прес-релізи, інтерв'ю, прес-конференції, співробітництво із ЗМІ (огляд).
4. PR-аудиторія та напрями впливу на неї.

#### **Завдання для самостійної роботи (10 год.):**

1. Визначити аудиторію PR-кампанії Інституту журналістики.



2. Скласти таблиці «Аналіз вашої аудиторії» та «Оцінка конкурентів» на прикладі Інституту журналістики.
3. Проаналізувати конкурентні переваги Інституту журналістики.
4. Виділити недоліки ІЖ.
5. Виробити рекомендації щодо корекції іміджу ІЖ.
6. Порівняти імідж ІЖ із іншим ВНЗ, який готує журналістів.

*Література [2, 5, 7, 11]*

### **ТЕМА 3. СТРУКТУРА PR – (6 год.)**

#### **Практичне заняття №7 – (2 год.)**

##### **Питання для обговорення:**

1. Місце PR у різних комунікаційних системах.
2. Типологія зв'язків з громадськістю.
3. Напрями PR.

#### **Практичне заняття №8 – (2 год.)**

##### **Питання для обговорення:**

1. Іміджелогія в структурі PR. Функції PR -іміджу.
2. Тлумачення іміджу.
3. Технології формування ефективного іміджу.

##### **Тренінг.**

1. Самопрезентація «Мій імідж». Схема: «Я такий як я є», «Я такий, яким мене мають бачити», «Я в майбутньому».

#### **Практичне заняття №9 – (2 год.)**

##### **Тренінги:**

1. Розділитися на дві компанії. Визначити галузь діяльності, визначити напрями PR - діяльності.
2. Визначити матрицю цілей.
3. Створити іміджевий бриф компанії.
4. Зробити презентацію власної агенції.

#### **Завдання для самостійної роботи (6 год.).**

1. Розробити проект власної PR-агенції.
2. Створити презентацію своєї агенції в Power point.
3. Розробити бюджет власної PR-агенції.
4. Створити презентацію своєї родини в Power point — «Імідж моєї родини».

*Література [ 5, 6, 7]*

## ТЕМА 4. ПЛАНУВАННЯ PR-ДІЯЛЬНОСТІ – (6 ГОД.)

### Практичне заняття №10 – (2 год.)

1. Стратегія і тактика в PR. Стратегічне мислення.
2. Стратегічний менеджмент.
3. Формулювання задач.

### Практичне заняття №11 – (2 год.)

#### Питання для обговорення:

1. Підстави для планування.
2. Написання програмних задач.
3. Попереднє тестування та просування плану.

### Практичне заняття №12 – (2 год.)

#### Питання для обговорення:

1. Тайм-менеджмент в PR.
2. Робочій графік та його складові.

#### Завдання для самостійної роботи (8 год.):

1. Доповідь: «Підходи до бюджетування в PR».
2. Скласти футуристичний план розвитку Інституту журналістики на період 2013-2015 років.
3. Прописати задачі для реалізації означеного плану.
4. Скласти та презентувати власний робочий розклад на робочий день / робочий тиждень / робочий місяць.
5. Зробити SWOT-аналіз кафедри РЗГ.

*Література [2, 5, 11]*

## ТЕМА 5. PR -КОНЦЕПЦІЯ – (6 ГОД.)

### Практичне заняття №13 – (2 год.)

#### Питання для обговорення:

1. Мета, завдання, специфіка формування PR -концепцій.
2. Формування корпоративних комунікацій. Корпоративний простір. Корпоративне позиціонування.
3. Формування корпоративного іміджу. Назва. Слоган. Місія. Легенда. Корпоративні кодекси.

### Практичне заняття №14 – (2 год.)

#### Питання для обговорення:

1. Фірмовий стиль в загальному контексті діяльності PR -спеціаліста. Елементи корпоративного стилю (термінологія).
2. Засоби залучення додаткової уваги.

### **Практичне заняття №15 – (2 год.)**

#### **Тренінг:**

1. Аналіз корпоративної культури комерційного підприємства.
2. Аналіз 5 прикладів фірмових стилів.
3. Добрати засоби залучення додаткової уваги до PR-кампанії університету імені Тараса Шевченка.

#### **Завдання для самостійної роботи (10 год.):**

1. Підготувати тендерну пропозицію для компанії (Інститут журналістики, кафедра реклами та зв'язків з громадськістю), яка б включала власне PR -концепцію, корпоративне позиціонування.
2. Розробити, слоган, місію, легенду із залученням засобів додаткової уваги.
3. Розробити елементи корпоративної культури для ІЖ.
4. Розробити корпоративний кодекс ІЖ.
5. Проаналізувати PR -концепції провідних торгівельних марок.
6. Створити PR -концепцію для власної PR-агенції.
7. Розробити елементи корпоративної культури для власної PR-агенції.
8. Розробити концепцію внутрішніх паблік рілейшинз для ІЖ.

#### *Література [2, 4, 5]*

### **ТЕМА 6. ОСНОВИ МЕДІАРІЛЕЙШНЗ. НОВИННА КОМУНІКАЦІЯ – (6 год.)**

#### **Практичне заняття № 16. – (2 год.)**

##### **Питання для обговорення:**

1. Основи масової комунікації. Моделі комунікації.
2. Основні поняття медіа рілейшинз.
3. Формування лояльного журналістського пулу.
4. Практикум: «Спілкування із журналістами».

#### **Практичне заняття № 17. – (2 год.)**

##### **Питання для обговорення:**

1. Новина та вимоги для неї.
2. Особливості подачі новин для різних ЗМІ.
3. Інформаційний привід. Ключове повідомлення. Псевдоподії.
4. Практикум: «Генерування новин».

#### **Практичне заняття № 18. – (2 год.)**

##### **Тренінги:**

1. Керування новинами. Спіндокторство.
2. Практикум: «Інтерпретація актуальної новини».

##### **Завдання для самостійної роботи (12 год.):**

1. Проаналізувати Інтернет-сторінку ІЖ на якість новинної інформації».

2. Підготувати 5 актуальних подій поточного дня.
3. Підготувати презентацію на тему: «Прийоми смислового позиціонування та створення новин для ЗМІ».
4. Підготувати презентацію на тему: «Медіа рілейшнз у надзвичайних ситуаціях».
5. Підібрати 10 тем, які протягом останнього місяця здобули суспільний резонанс.

*Література [2, 4, 5, 14]*

#### **ТЕМА 7. PR-ДОКУМЕНТИ – (6 год.)**

##### **Практичне заняття № 19 – (2 год.)**

1. Зміст та функції PR-документа.
2. Підготовчий етап створення PR-документа.

##### **Практичне заняття № 20 – (2 год.)**

###### **Питання для обговорення:**

3. Базові документи для ЗМІ.
4. Базові документи для спілкування з клієнтами та партнерами.
5. Базові PR-документи компанії.
6. Корпоративні газети та журнали.
7. Складові прес-кіту.

##### **Практичне заняття № 21 – (2 год.)**

###### **Тренінг:**

1. Аналіз комерційних PR-документів.
2. Аналіз політичних PR-документів.
3. Аналіз корпоративного PR.

###### **Завдання для самостійної роботи (10 год.):**

1. Створити прес-реліз / бекграундер для державної установи.
2. Створити прес-реліз / бекграундер для кредитної спілки.
3. Створити прес-реліз / бекграундер для соціальної служби.
4. Створити факт-лист для автомобільної компанії.
5. Написати заяву для преси від імені директора ІЖ.
6. Створити текст документу для спілкування з клієнтами та партнерами.
7. Розробити власний річний звіт.

*Література [2, 4, 5]*

#### **ТЕМА 8. PR -ТЕКСТИ – (6 ГОД.)**

##### **Практичне заняття № 22 – (2 год.)**

1. Види PR-текстів.
2. Правила написання PR -текстів. Медіариторика.
3. Анонімність в PR -тексті.
4. Часовий та просторовий фактори в PR тексті.

5. Текст для політичного PR.

**Практичне заняття № 23 – (2 год.)**

**Питання для обговорення:**

1. Проаналізувати PR-тексти політичної комунікації, виявити їх особливості.
2. Проаналізувати PR-тексти комерційної комунікації, виявити їх особливості.

**Практичне заняття № 24 – (2 год.)**

**Тренінги:**

1. Створити проект флаєра.
2. Написати feature story.
3. Написати case-stoty.

**Задавання для самостійної роботи (12 год.):**

1. Виявити особливості політичного дискурсу.
2. Виявити особливості комерційного дискурсу.
3. Написати PR-текст політичної комунікації.
4. Написати PR-текст комерційної комунікації.
5. Підібрати 10 слоганів для ІЖ.
6. Написати оглядову статтю про освіту в Україні.

*Література [1,2, 4, 5, 13]*

**ТЕМА 9. КАТЕГОРІЇ ТА МОДЕЛІ PR. «КОЛЬОРОВІ» ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ – (6 год.)**

**Практичне заняття № 25. – (2 год.)**

1. Етика PR-спеціаліста. Розбір кризових ситуацій. Перегляд фільму: «Березневі іди».

**Практичне заняття № 26. – (2 год.)**

**Питання для обговорення:**

1. Білий PR.
2. Сірий PR.
3. Чорний PR.
4. Кольоровий PR.

**Практичне заняття № 27. – (2 год.)**

**1. Модульна контрольна робота №1.**

**Завдання для самостійної роботи (10 год.):**

1. Добрати в ЗМІ приклади білого PR (не менше 5 прикладів).
2. Добрати в ЗМІ приклади сірого PR (не менше 5 прикладів).
3. Добрати в ЗМІ приклади чорного PR (не менше 5 прикладів).

4. Створити повідомлення про ІЖ з елементами «білого PR».
5. Написати есе на тему: «Моральний фактор в роботі піарника».
6. Подивитися фільм «Крутість, або хвіст виляє собакою».
7. Подивитися фільм «Проект «Сльцин»».
8. Зробити аналіз та виділити методи чорного PR, які зустрічаються у фільмах.

*Література [1, 3, 4, 5 11, 12]*

## **МОДУЛЬ 2. НАПРЯМКИ PR**

### **ТЕМА 10. РЕПУТАЦІЙНИЙ PR — (6 год.)**

#### **Практичне заняття № 28. – (2 год.)**

1. Репутація та імідж: спільне та відмінне.
2. Репутаційний менеджмент.
3. Репутаційний аудит.

#### **Практичне заняття № 29. – (2 год.)**

##### **Питання для обговорення:**

1. Практикум: «Іміджеві заходи»:
  - 1.1 Організація та проведення виставкової діяльності.
  - 1.2 Організація та проведення прес-конференції.
  - 1.3 Організація та проведення презентації.
  - 1.4 Організація та проведення семінарів-тренінгів.
  - 1.5 Організація та проведення клубних вечорів (party).
  - 1.6 Організація та проведення конференцій та конкурсів.

#### **Практичне заняття № 30. – (2 год.)**

##### **Тренінг:**

1. Практикум: «Імідж керівника».

##### **Завдання для самостійної роботи (8 год.):**

1. Підготувати презентацію:
  - 1.1 Інституту журналістики.
  - 1.2 Викладача.
  - 1.3 Будь-якої кафедри ІЖ.
  - 1.3 Політика.
  - 1.4 Компанії.
2. Зробити макет запрошення на виставковий коктейль-party.
3. Розробити пропозиції щодо проведення конкурсу для PR-підтримки іміджу кафедри реклами та зв'язків з громадськістю.
4. Розробити вечірку для ЗМІ, присвячену дню журналіста.

*Література [2, 4, 5]*

### **ТЕМА 11. КОМЕРЦІЙНИЙ PR– (12 год.)**

**Практичне заняття № 31.** – (2 год.)

1. Мета та завдання комерційних паблік рілейшнз.
2. Особливості комерційних паблік рілейшнз.
3. Аудиторія комерційних паблік рілейшнз.
4. Розкриття інформації про компанію.
5. Бізнес-план та інвестиційний меморандум.

**Практичне заняття № 32.** – (2 год.)**Питання для обговорення:**

1. Практикум: «Галузевий PR».

**Практичне заняття № 33.** – (2 год.)

1. Практикум: «Розробка тендерної пропозиції».
2. Практикум: «Бізнес-план мого життя».

**Завдання для самостійної роботи (10 год.):**

1. Проаналізувати PR-кампанію продукту (товару).
2. Проаналізувати PR-активність потужної комерційної компанії або торгівельної марки протягом кількох останніх років.
3. Створити інвестиційний меморандум для комерційної компанії.
4. Створити інвестиційний меморандум для міста Ялта (або іншого міста за виключенням м. Києва).
5. Створити інвестиційний меморандум для села.
6. Створити анкету клієнта для кредитної спілки.
7. Розробити промо-кампанію для туалетного мила «Я тебе люблю».
8. Розробити бізнес-план свого життя.

*Література [2, 4, 5, 6, 10, 11]*

**ТЕМА 12. ПОЛІТИЧНИЙ PR** – (12 год.)**Практичне заняття № 34.** – (2 год.)**Питання для обговорення:**

1. Мета та завдання політичних паблік рілейшнз.
2. PR в політичному консультуванні.
3. Комунікаційні процеси в політичних паблік рілейшнз.
4. Розкриття інформації про політика.

**Практичне заняття № 35.** – (2 год.)

1. Місце PR у виборчій кампанії.
2. Політик як унікальна пропозиція.
3. Технології формування політичного іміджу.

**Практичне заняття № 36.** – (2 год.)

1. Практикум: «Політичний перфоманс».

**Завдання для самостійної роботи (10 год.):**

1. Проаналізувати PR-кампанію політичної партії.
2. Проаналізувати PR-активність окремого політика.
3. Проаналізувати та розписати PR-активність на різних етапах політичної кампанії.
4. Розробити політичний перфоманс.
5. Розробити PR-концепцію для нової політичної партії.
6. Написати пропагандистський текст для політичної партії (на вибір).
7. Розробити програму кандидата в народні депутати до місцевої ради вашого району.
8. Розробити проект передвиборчої листівки.
9. Провести дебати.

*Література [2, 4, 5, 6, 11, 12, 16, 17, 18]*

**ТЕМА 13. Урядовий PR** – (12 год.)**Практичне заняття № 37.** – (2 год.)**Питання для обговорення:**

1. Основи та приклади Government PR.
2. Роль PR в Уряді.
3. Підтримка інформованості населення.
4. Участь громадян у роботі Уряду.

**Практичне заняття № 38.** – (2 год.)

1. Електронний уряд.
2. Уряд та ЗМІ.
3. Практикум: «Уряд як комерційне підприємство».

**Практичне заняття № 39.** – (2 год.)

1. Практикум: «PR територій».

**Завдання для самостійної роботи (12 год.):**

1. Проаналізувати зовнішню PR активність уряду Юлії Тимошенко та уряду Миколи Азарова. Укласти порівняльну таблицю.
2. Презентація моделі розвитку: «PR у збройних силах».
3. Презентація моделі розвитку: «PR в МВС».
4. Презентація моделі розвитку: «PR в СБУ».
5. Аналітична записка за матеріалами книги Олени Трегубової «Байки кремлевського дигера».

*Література [2, 4, 5, 6, 11, 12, 19]*

**ТЕМА 14. СОЦІАЛЬНИЙ PR** – (6 год.)



**Практичне заняття № 40.** – (2 год.)

1. Мотивація в соціальній рекламі.
2. Фахові конкурси з соціальних паблік рілейшинз.
3. Особливості методик соціальних паблік рілейшинз.
4. Спонсоринг як складова соціальних паблік рілейшинз. Мотивація спонсорингу.
5. Фанд-рейзинг як складова соціальних паблік рілейшинз. Мотивація фанд-рейзингу.

**Практичне заняття № 41.** – (2 год.)

1. Практикум: «Соціальний проект ствердження християнських цінностей в сучасній Україні та боротьба з деструктивними сектами».

**Практичне заняття № 42.** – (2 год.)**Тренінг:**

1. Практикум: «Соціальна відповідальність кампаній».

**Завдання для самостійної роботи (10 год.):**

1. Підготувати презентацію провідних фахових конкурсів в галузі соціального PR.
2. Підготувати приклади рекламних роликів на соціальну тематику.
3. Підготовка до практикуму: «Соціальний проект ствердження християнських цінностей в сучасній Україні та боротьба з деструктивними сектами».
4. Підготовка практичних кейсів: «Соціальна відповідальність кампаній» та «Соціальна відповідальність молоді».
5. **Залікове завдання:** розробити спонсорський пакет для Ради ветеранів ІЖ.

*Література [2, 4, 5, 6, 10, 11]*

**ТЕМА 15. НАУКОВИЙ PR** – (6 год.)**Практичне заняття № 43.** – (2 год.)

1. Важливість наукових паблік рілейшинз.
2. Напрямки наукових паблік рілейшинз.
3. Актуальні питання наукових паблік рілейшинз.

**Практичне заняття № 44.** – (2 год.)**Питання для обговорення:**

1. Інструментарій наукових паблік рілейшинз.

**Практичне заняття № 45.** – (2 год.)

1. Практикум: «Науковий PR-захід».

**Завдання для самостійної роботи (10 год.):**

1. **Залікове завдання:** створити та наповнити стенд кафедри РЗГ.
2. Проаналізувати аналітичну записку: «Наукова активність Інституту журналістики».
3. Підготувати концепцію наукового товариства ІЖ.
4. Підготувати пропозиції щодо корекції наукового іміджу ІЖ.

*Література [2, 4, 5]*

#### **ТЕМА 14. ШОУ-БІЗНЕСОВИЙ PR – (6 год.)**

**Практичне заняття № 46.** – (2 год.)

1. Імідж публічної особи: тенденції та особливості конструювання.
2. Методики просування шоу-іміджа.

**Практичне заняття № 47.** – (2 год.)

1. PR в концертній галузі.

**Практичне заняття № 48.** – (2 год.)

1. PR в кіноіндустрії та театральній справі.
2. Ідеологічна роль кіномистецтва.

**Завдання для самостійної роботи (10 год.):**

1. Створити концепцію розкрутки хору ІЖ «Катруся».
2. Створити анотацію до художнього фільму, серіалу та спектаклю (напередодні практичного заняття необхідно відвідати театральну виставу).
3. Підібрати приклади скандальних іміджів представників шоу-бізнесу.
4. Проаналізувати PR-стратегію улюбленого виконавця.

*Література [4, 5, 10, 11]*

#### **ТЕМА 17. АНТИКРИЗОВИЙ PR – (2 год.)**

**Практичне заняття № 46.** – (2 год.)

**Питання для обговорення:**

1. Що таке «PR-криза»?
2. Види PR-криз.
3. Керування кризами.
4. Правила поведінки у кризовій ситуації.

**Практичне заняття № 47.** – (2 год.)

**Тренінг:**

1. PR захист бізнесу в корпоративних війнах.

**Практичне заняття № 48.** – (2 год.)

**Тренінг:**

1. Модульна контрольна робота.

**Завдання для самостійної роботи — 10 год.:**

1. Підібрати приклад реальних PR-криз.
2. Підготувати аналітичну записку: «PR-захист бізнесу в Україні: стан, проблеми та перспективи».
3. Підготувати аналітичну записку: «Ймовірні PR-атаки на Інститут журналістики та шляхи їх відбивання».
4. Провести комунікаційний аудит та розробити концепцію PR-захисту Інституту журналістики»

*Література [2, 3, 4, 5,6]*

**МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА №1****Варіант 1**

1. Підходи до бюджетування в PR.
2. Планування PR-діяльності. Стратегічний та тактичний плани.
3. Тайм-менеджмент в PR-діяльності.

**Варіант 2.**

4. Критерії новини.
5. Сутність та цілі SWOT-аналізу . Складові SWOT-аналізу.
6. Написати прес-реліз на запропоновану викладачем тему.

**МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА №2****1. Дати визначення:**

**Паблік рілейшнз –**

**PR-документи:**

By-liner – це

Case-story –

Round-up-article –

Річний звіт –

Прес-реліз –

Аналітична записка –

SWOT-аналіз –

**2. Зазначити:**

Способи підвищення ефективності паблік рілейшнз:

Особливості PR-тексту:

Прийоми, які підвищують читабельність тексту:

**3. Непотрібне викреслити:**

До PR-професій відноситься : а) pr-manager; б) копірайтер; в) traffic-manager ; г) account-manager; д) медіапланер.

Телевізійний прайм-тайм: а) з 7.00 до 10.00; б) з 13.00 до 14.00; в) з 20.00 до 22.00.

**4. Оберіть правильну тезу:** а) «людина запам'ятовує швидше і краще те, що їй подобається на візуальному рівні»; б) «людина запам'ятовує швидше і краще те, що їй нав'язує реламодавець»; г) «людина запам'ятовує швидше і краще те, з чим пов'язана її подальша діяльність, а також те, до чого вона має інтерес».

**5. Написати прес-реліз за темою, визначеною викладачем.**

Тестував(ала)ся \_\_\_\_\_ Оцінка (бали) \_\_\_\_\_

## ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ ДО ЕКЗАМЕНУ:

1. Історичні корені PR.
2. Прото PR.
3. PR в епоху Середньовіччя.
4. PR в епоху Відродження.
5. PR в епоху Просвітництва.
6. PR в Новій епохи.
7. PR в Новітні часи.
8. PR в XX сторіччі.
9. Визначення PR-комунікації.
10. Кодекси та нормативні документи PR.
11. Предмет, мета, завдання, принципи та функції та задачі PR.
12. PR та маркетинг: спільне та відмінне.
13. Спеціалісти в галузі PR.
14. Посадові обов'язки в PR.
15. Сучасні кадрові тенденції на ринку PR-послуг.
16. Професійні вимоги до спеціалістів в галузі PR.
17. PR-служба та її підрозділи.
18. Обов'язки PR-менеджера.
19. Аналіз діяльності компанії.
20. PR-аудиторія та напрями впливу на неї.
21. Напрями PR.
22. Місце PR у різних комунікативних системах.
23. Іміджологія в структурі PR. Функції PR -іміджу.
24. Матриця цілей в PR.
25. Тлумачення іміджу.
26. Технології формування ефективного іміджу.
27. Стратегія і тактика в PR. Стратегічне мислення.
28. Стратегічний менеджмент.
29. Формулювання задач.
30. Підстави для планування.
31. Написання програмних задач.
32. Попереднє тестування та просування плану.
33. Мета, завдання, специфіка формування PR -концепцій.
34. Формування корпоративних комунікацій. Корпоративний простір.
35. Корпоративне позиціонування.
36. Фірмовий стиль в загальному контексті діяльності PR -спеціаліста.
37. Елементи корпоративного стилю (термінологія).
38. Засоби залучення додаткової уваги.
39. Зміст та функції PR -документу.
40. Базові документи PR: види та складові.
41. Корпоративні газети та журнали.
42. Складові прес-кіту.
43. Види PR-текстів.
44. Правила написання PR -текстів. Медіариторика.
45. Основи масової комунікації. Моделі комунікації.
46. Основні поняття медіа рілейшинз.
47. Формування лояльного журналістського пулу.
48. Новина та вимоги для неї.
49. Особливості подачі новин для різних ЗМІ.

50. Керування новинами. Спіндокторство
51. Інформаційний привід. Ключове повідомлення. Псевдоподії
52. Білий PR, сірий PR, чорний PR, кольоровий PR.
53. Репутація та імідж: спільне та відмінне.
54. Репутаційний менеджмент.
- 55.** Репутаційний аудит.
56. Мета, завдання, особливості, аудиторія комерційних паблік рілейшинз. Розкриття інформації про компанію.
57. Акценти в роботі з фінансово-інвестиційною інформацією.
58. Бізнес-план та інвестиційний меморандум: визначення, складові частини.
59. Мета та завдання політичних паблік рілейшинз.
60. Комунікативні процеси в політичних паблік рілейшинз.
61. Місце PR у виборчій кампанії. Технології формування політичного іміджу.
62. Основи та приклади урядового PR.
63. Роль PR в Уряді.
64. Підтримка інформованості населення.
65. Участь громадян у роботі Уряду.
66. Електронний уряд як новітня форма комунікації.
67. Мотивація в соціальній рекламі.
68. Фахові конкурси з соціальних паблік рілейшинз.
69. Особливості методик соціальних паблік рілейшинз.
70. Спонсоринг як складова соціальних паблік рілейшинз. Мотивація спонсорингу.
71. Фанд-рейзинг як складова соціальних паблік рілейшинз. Мотивація фанд-рейзингу.
72. PR-бюджет: цілі, завдання, елементи та підходи до ПР-бюджетування.
73. Важливість наукових паблік рілейшинз.
74. Напрямки наукових паблік рілейшинз.
75. Актуальні питання наукових паблік рілейшинз.
76. Інструментарій наукових паблік рілейшинз.
77. Імідж публічної особи: тенденції та особливості конструювання.
78. Методики просування шоу-іміджа.
79. PR в концертній галузі.
80. PR в кіноіндустрії та театральній справі.
81. Ідеологічна роль кіномистецтва.
82. PR-криза та види PR-криз. Керування кризами.
83. Правила поведінки у кризовій ситуації.
84. PR захист бізнесу в корпоративних війнах.

## **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:**

*Основна*

1. Катлип Скотт, М., Сентер, Аллен, Х. Брум, Глен, М., Паблик рилейшнз. Теория и практика. : Пер. с англ. : Уч. Пос. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2008. — 624 с. : ил. — Парал.тит.англ.
2. Мейтленд Ян. Рабочая книга PR-менеджера. – СПб; «Питер», 2007. – 176 с.
3. Мехлер Гарольд. Власть и магия PR. – СПб; «Питер», 2007. – 173 с.
4. Основы реклами та зв'язків із громадськістю : підручник / за аг.ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна. — К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. — 431 с.
5. Почепцов Г. Паблік рилейшнз для професіоналов. – М.: «Рефл-бук», «Ваклер», 2000. – 624 с.
6. Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью: теория и практика: Учебное пособие. – Дело, 2003. – 496 с.

### *Додаткова*

7. Бабак М. П. Використання комунікативних методів побудови політичного іміджу з ЗМІ // Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики, 2007. – 215 с.
  8. Балабанова Л. В., Савельєва К.В. Паблік рилейшнз: Навч. Посіб. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008.
  9. Блэк С. PR: Международная практика.-М.: ИД «Довгань», 1997
  10. Буари Ф. А. Паблік рилейшнз, или стратегия доверия: Теория и практика. 8-е изд./Пер. с фр.-М.: ИД «Инфра-М», 2001.
  11. Гундарин Н. Книга руководителя отдела PR : практические рекомендации. 2-е изд., дополненное. – СПб.: Питер, 2009.
  12. Куліш А. Public Relation для громадських (недержавних) організацій: Практичні поради на щодень.-К., 2001.
  13. Незнайкин А. Медиарилейшнз на 100%. Искусство взаимодействия с прессой. М. : «Альпина». 2011. – 416 с. **Может, все-таки Назайкин?**
  14. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. В. С. Комаровского.-М.: Изд.-во «РАГС», 2001.
  15. Ольшанский Д. Политический PR. – СПб; «Питер», 2003. – 544 с.
  16. Ольшанский Д., Пеньков В. Политический консалтинг. – СПб; «Питер», 2005. – 448 с.
  17. Шомова С. Политические шахматы. Паблік рилейшнз как интеллектуальная игра. – М.: «РИП-Холдинг», 2003. – 214 с.
  18. PR-защита бизнеса в корпоративных войнах. Практикум победителя / Николай Студенкин. — м. : Альпина Паблишерз, 2011. — 386 с.
  19. PR: Современные технологии: Учебное пособие / под ред. Л.В. Володиной. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2008.
- в) джерела в мережі Інтернет:*
20. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
  21. [www.sovetnik.ru](http://www.sovetnik.ru)
  22. <http://www.reklamaster.kiev.ua>
  23. <http://adfestival.com.ua/rus/news.php>
  24. [www.brand.kiev.ua](http://www.brand.kiev.ua)
  25. <http://admarket.ru/news>