

Міністерство освіти і науки України  
Український державний університет імені Михайла Драгоманова

«ЗАТВЕРДЖЕНО»  
Декан педагогічного факультету  
Олександренко  
« 31 » серпня 2023 року



**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
(вибіркової)

**PR-технології в культурно-освітній дозвілєвій сфері**

освітньо-професійної програми «Педагогіка дозвілля»  
галузі знань: 01 Освіта / Педагогіка  
спеціальності: 011 Освітні, педагогічні науки  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

цифр за навчальним планом ВВ2.9

Київ 2023

Робоча програма розроблена на підставі навчальної програми «PR-технології в культурно-освітній дозвіллевій сфері», затвердженої на засіданні Вченої ради педагогічного факультету УДУ імені Михайла Драгоманова «31» «серпня» 2023р., протокол № 1.

Розробник програми:

**Саюк В.І.** – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри педагогіки педагогічного факультету Українського державного університету імені Михайла Драгоманова.

Затверджено на засіданні кафедри педагогіки  
«25» серпня 2023 р., протокол № 1

Завідувач кафедри



доктор пед наук, проф.. С.А. Кушнірук

**I. Опис дисципліни**  
**Шифр дисципліни ВВ2.9**

<b>Загальні характеристики дисципліни</b>	<b>Навчальне навантаження з дисципліни</b>		<b>Методи навчання і форми контролю</b>
Галузь знань (шифр, назва) <b>01 Освіта / Педагогіка</b>	Кількість кредитів - <b>3</b>		Методи навчання: лекції, пояснення, розповіді, бесіди, спостереження, ілюстрування, вправи, демонстрування, навчальні дискусії
Спеціальність (код, назва) <b>011 Освітні, педагогічні науки</b>	Загальна кількість годин - <b>90</b>		
	<i>Денна</i>	<i>Заочна</i>	
	<b>Лекції:</b>		
	12	6	
Освітній рівень <b>бакалавр</b>	<b>Семінарські заняття:</b>		Форми поточного контролю: <b>виконання практичних і тестових завдань, презентації, опитування, виконання самостійних завдань</b>
	10	2	
Нормативна / вибіркова <b>вибіркова</b>	<b>Практичні заняття:</b>		
Рік вивчення дисципліни за навчальним планом <b>третій</b>	8	4	
	<b>Лабораторні заняття:</b>		
	-	-	
Семестр <b>п'ятий</b>	<b>Індивідуальна робота:</b>		Форми підсумкового контролю: <b>залік</b>
	-	-	
	<b>Самостійна робота:</b>		
	60	78	
Тижневе навантаження (год.) - аудиторне: 2 - самостійна робота: 6	Співвідношення аудиторних годин і годин СРС:		
Мова навчання - <b>українська</b>	1:2	1:4	

**Предмет вивчення навчальної дисципліни** – теоретичні і практичні основи комунікативних зв'язків закладів культурно-дозвілевої сфери з громадськістю.

**Міждисциплінарні зв'язки** – викладання дисципліни «PR-технології в культурно-освітній дозвілєвій сфері» узгоджено з вивченням таких дисциплін як «Теорія культурно-освітньої дозвілєвої діяльності», «Культурологія дозвілля», «Рекреалогія дозвілля», «Педагогіка культурно-дозвілєвої діяльності», «Проектна та франчайзингова системи дозвілля» та ін.

**Мета і завдання навчальної дисципліни** – формування готовності майбутніх бакалаврів до оволодіння системою теоретичних основ зв'язків із громадськістю, організації та проведення PR-заходів у культурно-освітній дозвілєвій сфері. Студент повинен ознайомитися із поняттям PR-технології у культурно-освітній дозвілєвій сфері, історією виникнення та перевагами, які створюються ними; усвідомити студентами суті теорії комунікацій як основи зв'язків із громадськістю; сформувати систему теоретичних і практичних основ PR-технології як системи; оволодіти методами і технологіями роботи із засобами масової інформації; набути практичних навичок і умінь планування, організації та проведення PR-заходів у культурно-освітній дозвілєвій сфері.

## II. Основні результати навчання та компетентності, які вони формують

Результати навчання	Компетентності
<p><b>ПР3.</b> Уміти конструктивно розв'язувати проблемні задачі, здійснювати суб'єкт-суб'єктну педагогічну взаємодію на етичних основах та загальнолюдських цінностях.</p> <p><b>ПР5.</b> Уміти застосовувати інноваційні методи та креативні освітні технології в процесі проведення комплексних масово-розважальних заходів.</p> <p><b>ПР7.</b> Вільно спілкуватися державною та іноземною (ними) мовою (мовами) під час спілкування та у професійній діяльності.</p> <p><b>ПР10.</b> Уміти проектувати культурно-просвітницький розвивальний простір в умовах дозвілля з урахуванням результатів моніторингу.</p>	<p><b>ЗК4.</b> Володіння культурою мислення, здатність до узагальнення, аналізу, сприйняття інформації, постановці мети і вибору шляхів її досягнення.</p> <p><b>ЗК5.</b> Здатність генерувати та поширювати нові ідеї, управляти анімаційно-рекреаційними проектами на високому рівні педагогічної майстерності та педагогічної творчості.</p> <p><b>ФК2.</b> Здатність розробляти програми дозвілля в культурно-дозвіллевих закладах для населення всіх вікових категорій.</p> <p><b>ФК3.</b> Здатність професійно аналізувати непередбачувані проблемні ситуації та ефективно вирішувати задачі професійній діяльності.</p> <p><b>ФК8.</b> Здатність розуміти культурні тенденції дозвіллевої діяльності та вміння передбачати їх перспективи.</p> <p><b>ФК9.</b> Здатність працювати у полікультурному середовищі.</p> <p><b>ФК10.</b> Здатність організації спільної діяльності та міжособистісної взаємодії суб'єктів освітнього процесу.</p>

### III. Тематичний план дисципліни

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 3 кредити ЄКТС 90 годин.

№ з/п	Назви модулів і тем	Кількість годин (денна форма навчання)					Кількість годин (заочна форма навчання)				
		Аудиторні	Лекції	Практичні	Семінарські	СРС	Аудиторні	Лекції	Практичні	Семінарські	СРС
1.	<b>Модуль 1</b> <b>Теоретичні основи PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері</b>	12	6	2	4	20	4	2		2	30
1.1	Тема 1. Поняття і зміст PR-технологій в культурно-освітній дозвіллевій сфері	4	2		2	10	2	2			15
1.2	Тема 2. Теорія комунікації як основа зв'язків з громадськістю	8	4	2	2	10	2			2	15
2.	<b>Модуль 2</b> <b>Організація PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері</b>	18	6	6	6	36	8	4	4		48
2.1.	Тема 1. PR-технологія як система діяльності в культурно-освітній дозвіллевій сфері	6	2	2	2	12	2	2			16
2.2	Тема 2. Засоби масової комунікації як інструмент зв'язків із громадськістю	6	2	2	2	12	2		2		16
2.3	Тема 3. Планування, організація та проведення PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері	6	2	2	2	12	4	2	2		16
<b>Разом:</b>		<b>30</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>60</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>78</b>

## ІV. Зміст дисципліни

№ з/п	Назви модулів, тем та їх зміст	Кількість годин	
		усього	в т.ч. лекцій
1.	<b><u>Модуль 1</u></b> <b>Теоретичні основи PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері</b>	12	6
1.1	<p><b>Тема 1. Поняття і зміст PR-технології в культурно-освітній дозвіллевій сфері</b></p> <p><i>Зміст теми.</i> Поняття PR-технології у культурно-освітній дозвіллевій сфері. Об'єкт і предмет зв'язків з громадськістю як галузі наукового знання. Завдання навчального курсу. Зв'язки з громадськістю в системі сучасних наук.</p> <p>Історія виникнення паблік рилейшнз. Основні етапи розвитку PR та еволюція концепцій PR. Перспективи PR у культурно-освітній дозвіллевій сфері в умовах конкурентного ринку.</p> <p>Функції та ролі паблік рилейшнз у культурно-освітній дозвіллевій сфері. Особливості PR-технології. Переваги створення PR-технологій.</p> <p><i>Рекомендовані інформаційні джерела</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бакун Я.Е., Белофастова Т.Ю. PR-технології в культурно-дозвіллевій сфері. Соціологія. 2014. №1. С. 4-7.</li> <li>2. Доценко К.О., Осадчук А.Р. Перспективи використання PUBLIC RELATIONS у діяльності центру культури ЗНУ. Молодий вчений. 2016. №4(31). С. 498-501.</li> <li>3. Зленко А.М. Сучасні PR – технології. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с.</li> <li>4. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. 831 с.</li> <li>5. Подоляка Н. С. Історія зв'язків із громадськістю : конспект лекцій. Суми : Сумський державний університет, 2016. 158 с.</li> <li>6. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз. Київ : Знання, 2004. 376 с.</li> <li>7. Саюк В.І. Зміст навчального курсу «PR-технології в культурно-освітній дозвіллевій сфері» у підготовці бакалаврів галузі освіти. Історико_педагогічні студії. VI Морозівські читання С. 150-153.</li> <li>8. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю. Київ, 2001. 560 с.</li> </ol>	4	2

1.2	<p><b>Тема 2. Теорія комунікації як основа зв'язків з громадськістю</b></p> <p><i>Зміст теми.</i> Громадськість як суб'єкт комунікації. Громадська думка як об'єкт PR-діяльності. Роль PR-технологій у формуванні громадської думки у розвитку культурно-освітньої дозвіллевої сфери.</p> <p>Суспільні відносини та соціальна комунікація. Структура комунікації. Суб'єкти комунікації. Засоби комунікації. Предмет комунікації. Бар'єри комунікації. Середовище комунікації.</p> <p>Форми соціальної комунікації. Масова комунікація. Інформація у процесі комунікації.</p> <p>Методи впливу на громадськість. Методи вербальної і невербальної комунікації.</p> <p>Інтернет як комунікативний простір. Мережеві ресурси PR-комунікацій.</p> <p><i>Рекомендовані інформаційні джерела</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Березенко В. В. PR в Україні: наукове осмислення феномену. Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2013. 360 с</li> <li>2. Березенко В. В. Теорія та історія зв'язків з громадськістю. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 107 с.</li> <li>3. Зацерківна М. О. Зв'язки з громадськістю: основні поняття та етапи становлення у сфері вищої освіти // Молодий вчений. № 9 (49), вересень 2017. С. 146–150.</li> <li>4. Королько В., Некрасова О. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Київ : Вид. дім «Києво–Могилянська академія», 2009. 831 с.</li> <li>5. Марусяк Т. С. Методи та форми впливу на громадську думку у сучасному українському суспільстві. Вісник НТУУ «КПІ». 2014. № 2 (22). С. 90–94. URL: <a href="https://ela.kpi.ua/handle/123456789/17085">https://ela.kpi.ua/handle/123456789/17085</a>.</li> <li>6. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.</li> <li>7. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю К. : НМЦВО, 2001. 560 с.</li> </ol>	8	4
2	<p><b><u>Модуль 2</u></b></p> <p><b>Організація PR-технологій у культурно-освітній дозвілльєвій сфері</b></p>	18	6
2.1	<p><b>Тема 1. PR-технологія як система діяльності в культурно-освітній дозвілльєвій сфері</b></p> <p><i>Зміст теми.</i> PR-технологія як система. Поняття PR-технології. Опис PR-технології. Ознаки й критерії PR-технологій. Складові моделі PR-технології.</p> <p>Види PR-технологій. Стратегічні і тактичні комунікаційні технології, внутрішні і зовнішні комунікаційні технології. Інформаційні технології та їх класифікація. Event – технологія: поняття і зміст. Ознаки класифікації івент. Типологія та класифікація івент-заходів (подієвих).</p> <p>Етапи розроблення PR-технології: теоретичний, методичний, процедурний. Методична експертиза PR-технології: поняття і зміст. Характеристика етапів проведення експертизи.</p> <p><i>Рекомендовані інформаційні джерела</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.</li> </ol>	6	2

	<p>2. Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основи реклами і зв'язків із громадськістю. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 432 с.</p> <p>3. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.</p> <p>4. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.</p> <p>5. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. URL: Режим доступу: <a href="https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168__no-5-6__vol-10.2005.UKR.pdf">https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168__no-5-6__vol-10.2005.UKR.pdf</a>.</p> <p>6. Мойсєєв В. А. Паблік рилейшнз. Київ : Академвидав, 2007. 224 с.</p> <p>7. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз. Київ : Знання, 2004. 376 с.</p> <p>8. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю. Київ, 2001. 560 с.</p>		
2.2	<p><b>Тема 2. Засоби масової комунікації як інструмент зв'язків із громадськістю</b></p> <p><i>Зміст теми.</i> Роль засобів масової комунікації у паблік рилейшнз. Види засобів масової інформації (ЗМІ). Функції засобів масової інформації. Робота служб PR зі ЗМІ. Інститут акредитації ЗМІ. Основні функції відповідального за зв'язки з пресою. Види письмових інформаційно-аналітичних матеріалів для ЗМІ.</p> <p>Інтерв'ю та прес-конференції в роботі зі ЗМІ щодо розвитку культурно-освітньої дозвіллевой сфери.</p> <p>Пабліситі: поняття і зміст. Види та функції пабліситі.. Програма пабліситі та її структура. Прес-реліз як засіб розповсюдження новин у сфері дозвілля. Зміст прес-релізу. Види прес-релізу.</p> <p>Паблік рилейшнз у формуванні іміджу закладу культурно-освітньої дозвіллевой сфери. Види іміджу та його структура. Фактори формування іміджу. Етапи формування іміджу. Корпоративний імідж закладу культурно-освітньої дозвіллевой сфери та його використання у паблік рилейшнз.</p> <p><i>Рекомендовані інформаційні джерела</i></p> <p>1. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.</p> <p>2. Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основи реклами і зв'язків із громадськістю. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 432 с.</p> <p>3. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.</p> <p>4. Громадська Н. А. Засоби масової інформації як інструмент реалізації завдань паблік рилейшнз. URL: <a href="https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/402017.pdf">https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/402017.pdf</a></p> <p>5. Різун В. В. Теорія масової комунікації. К.: Видавничий центр “Просвіта”, 2008. 260 с.</p>	6	2
2.3	<p><b>Тема 3. Планування, організація та проведення PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевой сфері</b></p> <p><i>Зміст теми.</i> Поняття PR-кампанії. Цілі та зміст проведення PR-кампанії. Види планів PR-кампанії: стратегічний, оперативний, ситуативний. Етапи розроблення планів PR-кампанії.</p>	6	2



	<p>Оцінка ефективності PR-кампанії. Етапи оцінки PR-кампанії. Методи оцінки PR-кампанії. PR в інтернеті та соціальних мережах. Ефективність PR-технологій в культурно-освітній дозвіллевій сфері.</p> <p>Організація PR у сфері дозвілля. Розроблення PR-замовлення. Ресурсне забезпечення PR-замовлення у закладі культурно-освітньої дозвіллевой сфери. Матеріально-технічне та інформаційне забезпечення впровадження паблік рилейшнз. PR у кризових ситуаціях. Корпоративний імідж закладу культурно-освітньої дозвіллевой сфери та його використання у паблік рилейшнз.</p> <p><i>Рекомендовані інформаційні джерела</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.</li> <li>2. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях. Київ : Кондор, 2016. 246 с.</li> <li>3. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз. Київ : Знання, 2004. 376 с.</li> <li>4. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 202 с.</li> <li>5. Санакоева Н. Д. Планування і реалізація рекламних кампаній у сфері освітніх послуг. Молодий вчений. 2014. №6 (09). С. 194-196. URL: <a href="http://eprints.zu.edu.ua/17438">http://eprints.zu.edu.ua/17438</a>.</li> </ol>		
--	--	--	--

## 4.2. Плани семінарських і практичних занять

### 4.2.1. Плани семінарських занять

#### **Модуль 1. Теоретичні основи PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері**

##### **Тема 1. Роль PR-технологій в культурно-освітній дозвіллевій сфері**

##### ***Зміст завдань до семінарських занять***

1. Предмет PR-технології у культурно-освітній дозвіллевій сфері та її відмінність від реклами, пропаганди, маркетингу.
2. Етапи розвитку PR-технології та їх особливості.
3. Фактори становлення та розвитку PR-технології у культурно-освітній дозвіллевій сфері в Україні.
4. PR як вид професійної діяльності у культурно-освітній дозвіллевій сфері.

##### ***Рекомендовані інформаційні джерела***

1. Бакун Я.Е., Белофастова Т.Ю. PR-технології в культурно-дозвіллевій сфері. Соціологія. 2014. №1. С. 4-7.
2. Доценко К.О., Осадчук А.Р. Перспективи використання PUBLIC RELATIONS у діяльності центру культури ЗНУ. Молодий вчений. 2016. №4(31). С. 498-501.
3. Зленко А.М. Сучасні PR – технології. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с.
4. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика Київ : Кисво-Могилянська академія, 2009. 831 с.
5. Подоляка Н. С. Історія зв'язків із громадськістю : конспект лекцій. Суми : Сумський державний університет, 2016. 158 с.
6. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз. Київ : Знання, 2004. 376 с.

7. Саюк В.І. Зміст навчального курсу «PR-технології в культурно-освітній дозвіллевій сфері» у підготовці бакалаврів галузі освіти. Історико\_педагогічні студії. VI Морозівські читання С. 150-153.

8. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю. Київ, 2001. 560 с.

## **Тема 2. Громадська думка як об'єкт PR-діяльності**

### **Зміст завдань до семінарських занять**

1. Поняття, характерні риси та ознаки громадської думки.
2. Функції громадської думки та її вплив на розвиток культурно-освітньої дозвіллевої діяльності.
3. Роль PR-технологій у формуванні громадської думки у розвитку культурно-освітньої дозвіллевої сфери.
4. Чутки як засіб комунікації та форма існування громадської думки.

### *Рекомендовані інформаційні джерела*

1. Березенко В. В. PR в Україні: наукове осмислення феномену. Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2013. 360 с
2. Березенко В. В. Теорія та історія зв'язків з громадськістю. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 107 с.
3. Зацерківна М. О. Зв'язки з громадськістю: основні поняття та етапи становлення у сфері вищої освіти // Молодий вчений. № 9 (49), вересень 2017. С. 146–150.
4. Королько В., Некрасова О. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Київ : Вид. дім «Києво–Могилянська академія», 2009. 831 с.
5. Марусяк Т. С. Методи та форми впливу на громадську думку у сучасному українському суспільстві. Вісник НТУУ «КПІ». 2014. № 2 (22). С. 90–94. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/17085>.
6. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.
7. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю К. : НМЦВО, 2001. 560 с.

## **Модуль 2. Організація PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері**

### **Тема 1. PR-технологія як система культурно-освітньої дозвіллевої діяльності**

#### **Зміст завдань до семінарських занять**

1. Поняття PR-технології як системи у діяльності закладу культурно-освітньої дозвіллевої діяльності.
2. Системний опис PR-технології як моделі діяльності закладу дозвіллевої діяльності.
3. Головні ознаки і критерії PR-технологій культурно-освітньої дозвіллевої діяльності.
4. Класифікація PR-технологій культурно-освітньої дозвіллевої діяльності та їх характерні ознаки.
5. Типологія та класифікація івент-заходів у культурно-освітній дозвіллевій діяльності.

#### *Рекомендовані інформаційні джерела*

1. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.
2. Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основи реклами і зв'язків із громадськістю. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 432 с.
3. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.
4. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.
5. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. URL: Режим доступу: [https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168\\_\\_no-5-6\\_\\_vol-10.2005.UKR.pdf](https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168__no-5-6__vol-10.2005.UKR.pdf).

6. Мойсеев В. А. Паблік рилейшнз. Київ : Академвидав, 2007. 224 с.
7. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз. Київ : Знання, 2004. 376 с.  
Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю. Київ, 2001. 560 с.

## **Тема 2. Засоби масової комунікації у паблік рилейшнз**

### **Зміст завдань до семінарських занять**

1. Засоби масової інформації та комунікації: поняття та структура.
2. Робота служб PR закладу дозвілленої діяльності зі ЗМІ.
3. Види письмових інформаційно-аналітичних матеріалів для ЗМІ.
4. Інтерв'ю та прес-конференції в роботі зі ЗМІ щодо розвитку культурно-освітньої дозвілленої сфери.
5. Пабліситі: поняття і зміст.
6. Паблік рилейшнз у формуванні іміджу закладу культурно-освітньої дозвілленої сфери.

### *Рекомендовані інформаційні джерела*

1. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.
2. Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основи реклами і зв'язків із громадськістю. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 432 с.
3. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.
4. Громадська Н. А. Засоби масової інформації як інструмент реалізації завдань паблік рилейшнз. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/402017.pdf>
5. Різун В. В. Теорія масової комунікації. К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.

## **Тема 3. PR-кампанії в культурно-освітній дозвілленій діяльності**

### **Зміст завдань до семінарських занять**

1. Поняття і зміст PR-кампанії у діяльності закладу культурно-освітньої дозвілленої діяльності.
2. Аналітичний етап реалізації PR-кампанії: організація і проведення.
3. Планування PR-кампанії у діяльності закладу культурно-освітньої дозвілленої діяльності.
4. Реалізація PR-кампанії закладом культурно-освітньої дозвілленої діяльності.
5. Оцінка ефективності PR-кампанії закладом культурно-освітньої дозвілленої діяльності.

### *Рекомендовані інформаційні джерела*

1. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.
2. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях. Київ : Кондор, 2016. 246 с.
3. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз. Київ : Знання, 2004. 376 с.
4. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 202 с.
5. Санакоєва Н. Д. Планування і реалізація рекламних кампаній у сфері освітніх послуг. Молодий вчений. 2014. №6 (09). С. 194-196. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/17438>.

## **4.2.2. Плани практичних занять**

## **Модуль І. Теоретичні основи PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері**

### **Тема 1. Комунікації як основа зв'язків з громадськістю**

#### ***Зміст завдань до практичних занять***

1. Актуалізація знань студентів про поняття та роль комунікації у культурно-освітній дозвіллевій сфері.
2. Ознайомлення студентів із структурою комунікації.
3. Робота студентів у групі: практика використання методів вербальної і невербальної комунікації.
4. Презентація результатів групової роботи та їх обговорення.

#### ***Рекомендовані інформаційні джерела***

1. Березенко В. В. PR в Україні: наукове осмислення феномену. Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2013. 360 с
2. Березенко В. В. Теорія та історія зв'язків з громадськістю. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 107 с.
3. Зацерківна М. О. Зв'язки з громадськістю: основні поняття та етапи становлення у сфері вищої освіти // Молодий вчений. № 9 (49), вересень 2017. С. 146–150.
4. Королько В., Некрасова О. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Київ : Вид. дім «Києво–Могилянська академія», 2009. 831 с.
5. Марусяк Т. С. Методи та форми впливу на громадську думку у сучасному українському суспільстві. Вісник НТУУ «КПІ». 2014. № 2 (22). С. 90–94. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/17085>.
6. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.
7. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю К. : НМЦВО, 2001. 560 с.

## **Модуль 2. Організація PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері**

### **Тема 1. Технологія розроблення івент-заходу**

#### ***Зміст завдань до практичних занять***

1. Актуалізація знань студентів про поняття івент та їх класифікацію у культурно-освітній дозвіллевій сфері.
2. Ознайомлення студентів із технологією розроблення івент-заходу.
3. Робота студентів у парах: практика розроблення івент-заходу на запропоновану тему.
4. Презентація результатів роботи студентів, їх обговорення.

#### ***Рекомендовані інформаційні джерела***

1. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.
2. Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основи реклами і зв'язків із громадськістю. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 432 с.
3. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.
4. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.
5. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. URL: Режим доступу: [https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168\\_\\_no-5-6\\_\\_vol-10.2005.UKR.pdf](https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168__no-5-6__vol-10.2005.UKR.pdf).
6. Мойсєєв В. А. Паблік рілейшнз. Київ : Академвидав, 2007. 224 с.

7. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз. Київ : Знання, 2004. 376 с.
8. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю. Київ, 2001. 560 с. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю / Є. Б. Тихомирова. – Київ: НМЦВО, 2001 – 560 с.

## **Тема 2. PR закладу культурно-освітньої дозвілєвої діяльності зі ЗМІ**

*Зміст завдань до практичних занять*

1. Бесіда зі студентами «Роль засобів масової комунікації у паблік рилейшнз».
2. Мікровикладання з елементами тренінгу «Види письмових інформаційно-аналітичних матеріалів для ЗМІ».
3. Індивідуальна робота студентів із розроблення прес-релізу на запропоновану тему.
4. Колективне обговорення одержаних результатів роботи.

*Рекомендовані інформаційні джерела*

1. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.
2. Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основи реклами і зв'язків із громадськістю. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 432 с.
3. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.
4. Громадська Н. А. Засоби масової інформації як інструмент реалізації завдань паблік рилейшнз. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/402017.pdf>
5. Різун В. В. Теорія масової комунікації. К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.

## **Тема 3. Розроблення PR-замовлення для культурно-освітньої дозвілєвої сфери**

*Зміст завдань до практичних занять*

1. Обговорення зі студентами поняття та змісту PR-замовлення та його ресурсного забезпечення.
2. Робота студентів у групах: розроблення PR-замовлення за визначеною темою.
3. Колективне обговорення одержаних результатів роботи.
4. Дискусія по темі «Сучасний стан організації PR у сфері дозвілля»

*Рекомендовані інформаційні джерела*

1. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.
2. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях. Київ : Кондор, 2016. 246 с.
3. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз. Київ : Знання, 2004. 376 с.
4. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 202 с.
5. Санакоєва Н. Д. Планування і реалізація рекламних кампаній у сфері освітніх послуг. Молодий вчений. 2014. №6 (09). С. 194-196. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/17438>.

## **4.3. Організація самостійної роботи студентів**

### **Модуль 1. Теоретичні основи PR-технологій у культурно-освітній дозвілєвій сфері**

#### **Тема 1. Поняття і зміст PR-технології в культурно-освітній дозвілєвій сфері**

*Зміст завдань для самостійної роботи студентів та форми звітності*

1. Опрацюйте рекомендовані інформаційні джерела та складіть таблицю ретроспективного аналізу становлення і розвитку паблік рилейшнз.

2. Ознайомтеся з концептуальними підходами до визначення поняття «PR-технології у культурно-освітній дозвіллевій сфері» та підготуйте конспект.

3. Опрацюйте літературні джерела та занотуйте у конспекті функції та ролі публік релейшнз у культурно-освітній дозвіллевій сфері.

5. Актуалізуйте теоретичні положення про переваги створення PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері.

#### *Рекомендовані інформаційні джерела*

1. Бакун Я.Е., Белофастова Т.Ю. PR-технології в культурно-дозвіллевій сфері. Соціологія. 2014. №1. С. 4-7.

2. Доценко К.О., Осадчук А.Р. Перспективи використання PUBLIC RELATIONS у діяльності центру культури ЗНУ. Молодий вчений. 2016. №4(31). С. 498-501.

3. Зленко А.М. Сучасні PR – технології. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с.

4. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. 831 с.

5. Подоляка Н. С. Історія зв'язків із громадськістю : конспект лекцій. Суми : Сумський державний університет, 2016. 158 с.

6. Почепцов Г. Г. Паблік релейшнз. Київ : Знання, 2004. 376 с.

7. Саюк В.І. Зміст навчального курсу «PR-технології в культурно-освітній дозвіллевій сфері» у підготовці бакалаврів галузі освіти. Історико\_педагогічні студії. VI Морозівські читання С. 150-153.

8. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю. Київ, 2001. 560 с.

### **Тема 2. Теорія комунікації як основа зв'язків з громадськістю**

*Зміст завдань для самостійної роботи студентів та форми звітності*

1. Актуалізуйте знання з поняття «громадська думка» як об'єкт PR-діяльності.

2. Розгляньте структура комунікації у PR та складіть її схему взаємозв'язків.

3. Ознайомтеся з формами соціальної комунікації та підготуйте короткий конспект.

4. Проаналізуйте методи впливу на громадськість та складіть аналітичну таблицю методів вербальної і невербальної комунікації.

#### *Рекомендовані інформаційні джерела*

1. Березенко В. В. PR в Україні: наукове осмислення феномену. Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2013. 360 с

2. Березенко В. В. Теорія та історія зв'язків з громадськістю. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 107 с.

3. Зацерківна М. О. Зв'язки з громадськістю: основні поняття та етапи становлення у сфері вищої освіти // Молодий вчений. № 9 (49), вересень 2017. С. 146–150.

4. Королько В., Некрасова О. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Київ : Вид. дім «Києво–Могилянська академія», 2009. 831 с.

5. Марусяк Т. С. Методи та форми впливу на громадську думку у сучасному українському суспільстві. Вісник НГУУ «КПП». 2014. № 2 (22). С. 90–94. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/17085>.

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

7. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю К. : НМЦВО, 2001. 560 с.

### **Модуль 2. Організація PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері**

#### **Тема 1. PR-технологія як система діяльності в культурно-освітній дозвіллевій сфері**

*Зміст завдань для самостійної роботи студентів та форми звітності*

1. Вивчіть рекомендовані інформаційні джерела. Проведіть аналіз поняття «PR-технологія як система». Результати роботи зазначте у конспекті.
2. Розгляньте опис PR-технології. Опишіть складові моделі PR-технології у конспекті.
3. Ознайомтеся з видами PR-технологій. Складіть описову таблицю видів PR-технологій.
4. Складіть таблицю етапів розроблення PR-технології.

#### *Рекомендовані інформаційні джерела*

1. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.
2. Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основи реклами і зв'язків із громадськістю. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 432 с.
3. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.
4. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.
5. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. URL: Режим доступу: [https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168\\_\\_no-5-6\\_\\_vol-10.2005.UKR.pdf](https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168__no-5-6__vol-10.2005.UKR.pdf).
6. Мойсеєв В. А. Паблік рилейшнз. Київ : Академвидав, 2007. 224 с.
7. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз. Київ : Знання, 2004. 376 с.
8. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю. Київ, 2001. 560 с. Шарков Ф. И. Паблік рилейшнз. / Ф. И. Шарков. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 332 с.

### **Тема 2. Засоби масової комунікації як інструмент зв'язків із громадськістю**

#### *Зміст завдань для самостійної роботи студентів та форми звітності*

1. Опрацюйте рекомендовані інформаційні джерела та визначіть суть поняття «засоби масової інформації». Результати роботи зазначте у словнику.
2. Розгляньте функції засобів масової інформації. Результати роботи зазначте у конспекті.
3. Опрацюйте рекомендовані літературні джерела та виокреміть види письмових інформаційно-аналітичних матеріалів для ЗМІ. Результати роботи зазначте у конспекті.
4. Опрацюйте рекомендовані інформаційні джерела та визначіть складові корпоративного іміджу закладу культурно-освітньої дозвілєвої сфери. Результати роботи зазначте у конспекті.

#### *Рекомендовані інформаційні джерела*

1. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.
2. Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основи реклами і зв'язків із громадськістю. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 432 с.
3. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.
4. Громадська Н. А. Засоби масової інформації як інструмент реалізації завдань паблік рилейшнз. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/402017.pdf>.
5. Різун В. В. Теорія масової комунікації. К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.

### **Тема 3. Планування, організація та проведення PR-технологій у культурно-освітній дозвілєвій сфері**

#### *Зміст завдань для самостійної роботи студентів та форми звітності*

1. Опрацюйте рекомендовані інформаційні джерела й ознайомтеся з цілями та змістом проведення PR-кампанії. За результатами роботи підготуйте короткий конспект.
2. Розгляньте види планів PR-кампанії та складіть таблицю їх опису.
3. Ознайомтеся із методами оцінки PR-кампанії та опишіть їх у конспекті.

4. Розгляньте особливості розроблення PR-замовлення та розробіть PR-замовлення за вибором.

*Рекомендовані інформаційні джерела*

1. Вежел Л. М. Основи зв'язків із громадськістю. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.
2. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях. Київ : Кондор, 2016. 246 с.
3. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз. Київ : Знання, 2004. 376 с.
4. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 202 с.
5. Санакоєва Н. Д. Планування і реалізація рекламних кампаній у сфері освітніх послуг. Молодий вчений. 2014. № (09). С. 194-196. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/17438>.

## У. Контроль якості знань студентів

Система оцінювання результатів успішності засвоєння знань, умінь, комунікацій, автономності та відповідальності студентів з навчальної дисципліни включає поточний і семестровий контролю якості результатів навчання. Підсумкова оцінка студента із вивчення дисципліни визначається за 100 бальною шкалою.

### 5.1. Форми і методи поточного контролю

Формою підсумкового контролю успішності навчання є **залік**.

Поточний контроль здійснюється упродовж семестру під час проведення лекційних, семінарських і практичних занять, виконання самостійної роботи. Він оцінюється сумою набраних балів за всіма темами (100 балів). При виставленні студентам балів оцінюються: відвідування навчальних занять, рівень засвоєння теоретичних знань, практичних умінь і навичок з тем, включених до змістових модулів; доповідь та участь в обговоренні питань на семінарських і практичних заняттях; якість виконання самостійних завдань; активність на заняттях. Під час виставлення балів студентам необхідно також враховувати: своєчасність та якість виконання навчальних завдань; повноту та обсяг їх виконання; самостійність виконання; творчий підхід у виконанні завдань; ініціативність у навчальній діяльності. Загальна оцінка за дисципліну (підсумкова) визначається як сума балів за всіма модулями (таблиця).

Розподіл балів, які отримують студенти у поточному контролі

Розподіл балів	Змістовий модуль 1		Змістовий модуль 2			Результати поточного контролю	Результати підсумкового контролю
	T 1	T2	T 1	T2	T3		
Максимальна кількість балів	8	26	22	22	22	100	100

T1, T2, ...T3 – теми змістових модулів.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів у поточному контролі застосовуються такі методи:

- методи усного контролю: індивідуальне та фронтальне опитування, співбесіда;
- методи самоконтролю: уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.



## 5.2. Форми і методи підсумкового контролю

Під час підсумкового контролю проводиться залік. За результатами заліку визначається рівень і якість засвоєння студентами навчального матеріалу з дисципліни.

## 5.3. Критерії оцінювання знань студентів

Критерії оцінювання рівня знань студентів застосовуються під час поточного і підсумкового контролю. Вони визначаються за 4-баловою, 100-баловою і ЄКТС шкалою оцінювання та наведені у таблиці.

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
80-89	<b>B</b>	добре	
70-79	<b>C</b>		
65-69	<b>D</b>	задовільно	
60-64	<b>E</b>		
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Оцінка «відмінно» ставиться студенту за вичерпні, обгрунтовані відповіді з теоретичних основ дисципліни; правильне розв'язання практичних завдань і вправ; демонстрацію знання матеріалів, які містяться у рекомендованих для вивчення підручниках, посібниках, рекомендаціях; аналізу, узагальнення і висновків у процесі навчальної діяльності; правильного оформлення завдань; присутності на навчальних заняттях, наявності конспекту лекцій і виконанні завдання з самостійної роботи всіх тем курсу.

Оцінка «добре» ставиться студенту, коли він демонструє знання матеріалу, але допускає незначну кількість помилок при використанні термінів, категорій і розрахунків, проте за допомогою викладача швидко орієнтується та знаходить правильні відповіді; був присутнім на навчальних заняттях, має конспект лекцій і виконанні завдання з самостійної роботи з головних тем курсу.

Оцінку «задовільно» одержує студент, коли він дає правильну відповідь не менше ніж на 60% запитань, або на всі запитання дає недостатньо обгрунтовані та вичерпні відповіді; припускається грубих помилок при викладенні навчального матеріалу та виконання практичних і самостійних завдань, які виправляє за допомогою викладача; був присутнім на декількох навчальних заняттях, має не повністю заповнений конспект лекцій і не всі виконанні завдання з самостійної роботи.

Оцінка «незадовільно» ставиться студентку у двох випадках: з можливістю повторного складання іспиту – коли студент володіє навчальним матеріалом не менше ніж на 35%, або на всі запитання дає необгрунтовані та невичерпні відповіді; має неповний конспект лекцій; не всі практичні й самостійні завдання виконані та з обов'язковим повторним вивченням дисципліни – коли студент не володіє навчальним матеріалом, не виконав практичні та самостійні завдання, не брав участі в семінарських заняттях, відсутній конспект лекцій.

## УІ. Навчально-методична карта дисципліни «PR-технології в культурно-освітній дозвіллевій сфері»

**Разом: 90 год.:** лекції – 12 год., практичні – 8 год., семінарські – 10 год., самостійна робота – 60 год., залік (денна форма навчання)

Модулі	Модуль 1		Модуль 2		
Назва модуля	Теоретичні основи PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері		Організація PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері		
Кількість балів за модуль	34		66		
Теми лекцій, кількість годин	Поняття і зміст PR-технологій в культурно-освітній дозвіллевій сфері (2 год.)	Теорія комунікації як основа зв'язків з громадськістю (2 год.)	PR-технологія як система діяльності в культурно-освітній дозвіллевій сфері (2 год.)	Засоби масової комунікації як інструмент зв'язків із громадськістю (2 год.)	Планування, організація та проведення PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері (2 год.)
Теми семінарських занять, кількість годин, кількість балів	Роль PR-технологій в культурно-освітній дозвіллевій сфері (2 год., 8 балів)	Громадська думка як об'єкт PR-діяльності (2 год., 8 балів)	PR-технологія як система культурно-освітньої дозвіллевої діяльності (2 год., 9 балів)	Засоби масової комунікації у паблік рілейшнз (2 год., 9 балів)	PR-кампанії в культурно-освітній дозвіллевій діяльності (2 год., 8 балів)
Теми практичних занять, кількість годин, кількість балів		Комунікації як основа зв'язків з громадськістю (2 год., 8 балів)	Технологія розроблення івент-заходу (2 год., 10 балів)	PR закладу культурно-освітньої дозвіллевої діяльності зі ЗМІ (2 год., 10 балів)	Розроблення PR-замовлення для культурно-освітньої дозвіллевої сфери (2 год., 10 балів)
Самостійна робота	Опрацювання матеріалів лекцій, інформаційних джерел. Підготовка до семінарських і практичних занять				
Модульний контроль	МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ 1. Тест (10 балів)		МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ 2. Тест (10 балів)		
Підсумкова оцінка	100 балів				

**Разом: 90 год.:** лекції – 6 год., практичні – 4 год., семінарські – 2 год., самостійна робота – 78 год., залік (заочна форма навчання)

Модулі	Модуль 1	Модуль 2	
Назва модуля	<b>Теоретичні основи PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері</b>	<b>Організація PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері</b>	
Кількість балів за модуль	<b>36</b>	<b>64</b>	
Теми лекції, кількість годин	Поняття і зміст PR-технології в культурно-освітній дозвіллевій сфері Теорія комунікації як основа зв'язків з громадськістю (2 год.)	PR-технологія як система діяльності в культурно-освітній дозвіллевій сфері Засоби масової комунікації як інструмент зв'язків із громадськістю (2 год.)	Планування, організація та проведення PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері (2 год.)
Теми семінарських занять, кількість годин, кількість балів	Громадська думка як об'єкт PR-діяльності (2 год., 26 балів)		
Теми практичних занять, кількість годин, кількість балів		PR закладу культурно-освітньої дозвіллевої діяльності зі ЗМІ (2 год., 27 балів)	Розроблення PR-замовлення для культурно-освітньої дозвіллевої сфери (2 год., 27 балів)
Самостійна робота	Опрацювання матеріалів лекцій, інформаційних джерел. Підготовка до семінарських і практичних занять		
Модульний контроль	<b>МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ 1. Тест (10 балів)</b>	<b>МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ 2. Тест (10 балів)</b>	
Підсумкова оцінка	100 балів		

## УІІ. Основні й допоміжні інформаційні джерела для вивчення курсу

### Основні:

1. Бакун Я.Е., Белофастова Т.Ю. PR-технології в культурно-дозвіллевій сфері. *Соціологія*. 2014. №1. С. 4-7.
2. Березенко В. В. PR в Україні: наукове осмислення феномену. Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2013. 360 с
3. Березенко В. В. Теорія та історія зв'язків з громадськістю. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 107 с.
4. Вежелі Л. М. Основи зв'язків із громадськістю. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.
5. Громадська Н. А. Засоби масової інформації як інструмент реалізації завдань публік рилейшнз. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/402017.pdf>
6. Доценко К.О., Осадчук А.Р. Перспективи використання PUBLIC RELATIONS у діяльності центру культури ЗНУ. *Молодий вчений*. 2016. №4(31). С. 498-501.
7. Зацерківна М. О. Зв'язки з громадськістю: основні поняття та етапи становлення у сфері вищої освіти. *Молодий вчений*. № 9 (49), вересень 2017. С. 146–150.
8. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. URL: Режим доступу: [https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168\\_\\_no-5-6\\_\\_vol-10.2005.UKR.pdf](https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168__no-5-6__vol-10.2005.UKR.pdf).
9. Зленко А.М. Сучасні PR – технології. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с.
10. Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основи реклами і зв'язків із громадськістю. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 432 с.
11. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. 831 с.
12. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях. Київ : Кондор, 2016. 246 с.
13. Марусяк Т. С. Методи та форми впливу на громадську думку у сучасному українському суспільстві. *Вісник НТУУ «КПІ»*. 2014. № 2 (22). С. 90–94
14. Мойсеев В. А. Паблік рилейшнз. Київ : Академвидав, 2007. 224 с.
15. Подоляка Н. С. Історія зв'язків із громадськістю : конспект лекцій. Суми : Сумський державний університет, 2016. 158 с.
16. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз. Київ : Знання, 2004. 376 с.
17. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетингологів. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 202 с.
18. Різун В. В. Теорія масової комунікації. К.: Видавничий центр “Просвіта”, 2008. 260 с.
19. Санакоєва Н. Д. Планування і реалізація рекламних кампаній у сфері освітніх послуг. *Молодий вчений*. 2014. №6 (09). С. 194-196.
20. Саюк В.І. Зміст навчального курсу «PR-технології в культурно-освітній дозвіллевій сфері» у підготовці бакалаврів галузі освіти. *Історико\_педагогічні студії*. VI Морозівські читання С. 150-153.
21. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.
22. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю К. : НМЦВО, 2001. 560 с.

### Допоміжні:

1. Іванов В. Ф., Дудко О. С. Журналістика в піарі та піар у журналістиці. Київ : Грамота, 2010. 288 с.
2. Кальна-Дубінюк Т. П., Буряк Р. І. Паблік рілейшнз. Київ, 2010. 204 с.
3. Кочубей Л. О. PR у політичній сфері. Київ: НАН України, Ін-т політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса, 2013. 472 с.
4. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях. Київ : Кондор, 2016. 246 с.
5. Полякова О. О. Основи паблік рілейшнз: курс лекцій. Харків: НУЦЗУ, 2012. 79 с.
6. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 202 с.
7. <http://www.pidruchniki.ws>.
8. <http://www.nbu.gov.ua>.
9. <http://www.osvita.ua>.

**УІІ. Доповнення та зміни, внесені до робочої програми в 20\_\_\_/ 20\_\_\_ н.р.<sup>1</sup>**

---

<sup>1</sup> Доповнення та зміни до робочої програми додаються на окремому аркуші, затверджуються на засіданні кафедри на початку навчального року