



## Силабус навчальної дисципліни «Комунікативна діяльність та PR-технології в органах публічної влади»

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Рік навчання: 2, Семестр: 3

Кількість кредитів: 3

Мова викладання: українська

Підсумковий контроль: диференційований залік

Форма проведення занять: лекції, семінарські заняття

Назва курсу	«Комунікативна діяльність та PR-технології в органах публічної влади»
Викладач:	Гіріна Тетяна Сергіївна
Електронна версія курсу:	<a href="https://moodle.dpu.edu.ua/enrol/index.php?id=3533">https://moodle.dpu.edu.ua/enrol/index.php?id=3533</a>

**Анотація до курсу:** Навчальна дисципліна «Комунікативна діяльність та PR-технології в органах публічної влади» – це вибіркова навчальна дисципліна за галуззю знань 07 «Управління і адміністрування», спеціальністю 073 «Менеджмент», освітньо-професійною програмою «Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу», яка сприяє формуванню базового уявлення про специфіку комунікативної діяльності та PR-технологій в органах публічної влади; засвоєнню основних аспектів теорії комунікативістики, її впливу на публічний процес.

### 1. Схема дисципліни

№ з/п	Тема
Тема 1	Роди / види комунікативної діяльності та PR-технологій в органах публічної влади
Тема 2	MediaSapiens – технології ефективної та продуктивної комунікації в цифровому світі
Тема 3	Зв'язки з громадськістю як інструмент формування іміджу в органах публічної влади
Тема 4	Підготовка публічного виступу: як написати промову, якою заслухається аудиторія
Тема 5	Публічний виступ: технології заволодіння та утримання уваги аудиторії
Тема 6	PR простір бренду в органах публічної влади та його значення в соціальній дійсності
Тема 7	Інститут прес-служби в органах публічної влади

### 2. Формат курсу:

Очний

Змішаний

**3. Компетентності, які мають бути сформовані у результаті опанування навчальної дисципліни:** здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності та примножувати досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, абстрактного мислення, аналізу, синтезу, здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях, знання та розуміння предметної області, навички використання інформаційних і комунікаційних технологій у практичній діяльності, здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

**4. Результати навчання:** в результаті вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти повинні вміти: аналізувати ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації, оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.

## 5. Обсяг курсу

Вид заняття	Загальна кількість годин
Лекції	24
Семінарські / практичні / індивідуальні заняття	22
Самостійна робота	44

**6. Технічне й програмне забезпечення /обладнання.** У період сесії необхідно мати мобільний пристрій (телефон) для оперативної комунікації з викладачем з приводу проведення занять та консультацій. У міжсесійний період комп'ютерну техніку (з виходом у глобальну мережу Internet), доступ до платформи MOODLE, та оргтехніку для комунікації з викладачем та підготовки (друку) рефератів, проектів та інших письмових робіт.

**Неформальна освіта: передбачена** (оцінюється індивідуальна робота за результатами надання сертифікату обсягом 30 годин (1 кредит ECTS) або більше; оцінюється робота за результатами надання сертифікату за темою семінарського заняття).

### 7. Політика оцінювання

**Політика щодо дедлайнів та перескладання:** завдання, які виконуються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (половина балів з максимально можливих). Перескладання модулів відбувається із дозволу дирекції ННІ / Факультету за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

**Політика щодо академічної доброчесності:** письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та диференційованого заліку заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).

### 8. Рекомендована література

#### *Основна:*

1. Cabot M. Introduction To Public Relations. San Jose : San Jose State University. 2021, 148 p.
2. Theaker A. The Public Relations Handbook. London : Routledge. 2021, 285 p.

#### *Допоміжна:*

1. Гиріна Т., Жук А. “Бутікова” самопроектна ідентифікація молоді в процесі соціальної ампліфікації медіапростору: реалії ТІКТОК-епохи. Вісник Львівської політехніки. No1, 2022, С. 45–56. DOI: <https://doi.org/10.23939/sjs2022.01.045>.
2. Гиріна Т.С. Хлюст В.В. Селф-брендинг сучасного медіафахівця в структурі цифрової реальності. Образ : науковий журнал. Сумський державний університет ; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. Суми ; Київ, 2021. Вип. 3 (37). С. 96–105.
3. Титаренко М. Комунікація від нуля. Есеї для Мані. Львів : Видавництво Старого Лева, 2021, 93 с.
4. Butyrina M., Hryna T., Penchuk i., Bondarenko I., Skurtul G., Tiapkina N. The Development of Innovative Media Education Styles in the Era of Information and Communication Technologies. Journal of Curriculum and Teaching Vol. 11, No. 1; Special Issue, 2022. P. 195–207.
5. Hirina T. Promotion of ukrainian-language radio programs in the information space of the usa (experience of 1930–1932). Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2021. No 2. С.22–28.

#### *Інформаційні ресурси Інтернет:*

1. Defining the Future of Public Relations. 2019. URL: <https://www.redalyc.org/pdf/297/29720421004.pdf>. (date of application: 29.08.22).
2. Difference Between Advertising and Public Relations. 2020. URL: <https://keydifferences.com/difference-between-advertising-and-public-relations.html>. (date of application: 29.08.22).

3. Media vs. Public Relations: What's the Difference? Indeed Editorial Team. 2022. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/media-vs-public-relations>. (date of application: 29.08.22).

4. Public Relations (PR) Meaning, Types, and Practical Examples. 2022. URL: <https://www.investopedia.com/terms/p/public-relations-pr.asp>. (date of application: 29.08.22).

5. The Role Of Public Relations In 2022. Forbes Agency Council. 2021. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2021/12/29/the-role-of-public-relations-in-2022/?sh=3a8abec93e32>. (date of application: 29.08.22).

***Міжнародні видання:***

1. Bessarab A., Hyrina T., Sytnyk O., Kodatska N., Yatchuk O., Ponomarenko L. The modern transformation of internet Communications. Journal of Theoretical and Applied Information Technology, Vol 100, 2022 Issue 15. 4710-4722 pp.

2. Coker M. The 10-Minute PR Checklist: Earn the Publicity You Deserve. Mark Coker. Smashwords, 2020, 52 p.

3. Gunning E. Public Relations: A Practical Approach. Dublin, Gill Books, 2022, 990 p.

4. Mathew K. Public Relations And Marketing Communications [New, Revised, Expanded, Special Edition]. New York : Kerwin Mathew, 2020, 251 p.

5. Simpson G. The Small Business Guide to PR: Plan and execute your first PR campaign in just 10 hours. Petersfield : Harriman House, 2022, 120 p.

***Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм та методів оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.***