



Силабус курсу PR- технології в освітній діяльності

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Галузь знань – 01 Освіта/Педагогіка
Спеціальність – 015 Професійна освіта (за спеціалізаціями)
Спеціалізація – 015.39 Цифрові технології
Освітньо-професійна програма – Професійна освіта (Цифрові технології)

Рік навчання: 3 Семестр: 6

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівник курсу



к. г. н., доцент, доцент кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу
Пушкар Зоряна Михайлівна

Контактна інформація zoryanapushkar1971@ukr.net, +380975779411

Опис дисципліни

Метою дисципліни «PR-технології в освітній діяльності» є формування у здобувачів вищої освіти системних знань, практичних умінь і навичок щодо планування, організації та реалізації PR-діяльності в освітніх організаціях з урахуванням сучасних цифрових технологій, особливостей освітнього середовища та впливу громадської думки.

Дисципліна спрямована на підготовку майбутніх фахівців професійної освіти, здатних ефективно здійснювати комунікаційну взаємодію із внутрішньою та зовнішньою громадськістю, формувати позитивний імідж та репутацію освітнього закладу, застосовувати сучасні PR-інструменти у професійній діяльності.

Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2/2	Тема 1. Роль на значення PR-діяльності в освітньому	Ознайомитися з суттю, значенням та принципами PR – діяльності; розуміти цілі та напрями піар кампаній.	Практичні завдання, ситуаційні

	середовищі		вправи
2/2	Тема 2. Громадськість як об'єкт PR-діяльності в освітній діяльності	Розуміти і знати особливості та методи роботи із громадськістю. Види і форми комунікацій.	Завдання, ситуаційні вправи
2/2	Тема 3. Організаційні основи діяльності PR-служб	Вміти організовувати роботу PR-служби і знати права та обов'язки PR-фахівців	Завдання, тести
2/2	Тема 4. Регламентація PR -діяльності	Знати та вміти аналізувати нормативно-правову базу PR-діяльності.	Завдання, тести
2/2	Тема 5. Поняття, види та класифікація PR-технологій	Знати сучасний стан розвитку та особливості PR-технології та вміти аналізувати PR у системі соціальних технологій.	Тести, управлінські ситуації
2/2	Тема 6. Види та специфіка проведення PR-заходів	Знати різновиди PR-заходів та специфіку їх проведення.	Кейси, ділова гра
2/2	Тема 7. Сутність та етапи організації PR-компанії	Розуміти і знати етапи організації PR-компанії	Тести, питання
2/2	Тема 8. Особливості взаємодії PR-служб організацій із ЗМІ	Вміти працювати із представниками громадськості та журналістами.	Управлінські ситуації
4/4	Тема 9. PR-тексти, їх різновиди та особливості	Вміти розробляти PR-тексти, їх різновиди. Складати ділові листи.	Кейси, письмові завдання
2/2	Тема 10. PR-технології в мережі Інтернет: види та специфіка реалізації	Вміти використовувати PR-технології в мережі Інтернет.	Кейси, питання
2/2	Тема 11. Моніторинг громадської думки щодо діяльності організацій	Вміти організовувати та проводити дослідження громадської думки щодо діяльності організацій.	Завдання
2/2	Тема 12. PR-технології формування іміджу та авторитету організації	Знати методи побудови іміджу та комунікативні характеристики корпоративного іміджу.	Питання, письмові завдання

2/2	Тема 13. Психологічні аспекти реалізації PR-технологій в менеджменті	Знати психологічні фактори негативного впливу на масову свідомість під час розгортання кризи.	Завдання, кейси
2/2	Тема 14. Лобізм та адвокати як інструменти впливу на громадську думку	Знати ключові тактики лобіювання, прийоми та способи.	Завдання

Літературні джерела

1. Айдентика: посібник з комунікацій для органів державної влади. 2020. 56 с. URL: https://issuu.com/identitygov/docs/identity_book/46
2. Березенко В.В. Теорія та історія зв'язків з громадськістю: Навч.-метод. посібник. Запоріжжя: ЗНУ, 2017. 107с. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/login/index.php?loginredirect=1>
3. Вміння вислуховувати – «секретна зброя» лідера. URL: <https://www.management.com.ua/notes/listening.html>
4. Гарматюк О. В. Паблік рилейшнз: навч.-мет. пос. Умань: Візаві, 2019. 248 с. URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/123456789/12577/1/Pablik%20Rileishn.pdf>
5. Губіна А.М., Нетреба М.М., Хлебнікова Т.М. Сучасні PR-технології у менеджменті організацій. *Наукові перспективи*. 2021. № 11(17). 258-269. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/issue/view/29>
6. Закон України «Про інформацію». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
7. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#Text>
8. Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80#Text>
9. Закон України «Про захист суспільної моралі». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1296-15#Text>
10. Закон України «Про телебачення і радіомовлення». URL: https://zakononline.ua/documents/show/165254_598182
11. Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80#Text>
12. Зленко А.М. Сучасні PR-технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Бориспіль : Ризографіка, 2018. 260 с.
13. Зленко А.М., Ісайкіна О. Д. Медіакомунікації в сучасному інформаційному просторі. Лексика українських масмедіа: [монографія]. Переяслав-Хмельницький, 2019. С.6-27.
14. Зленко А. М., Ісайкіна О. Д. Інформаційна безпека як інструмент захисту національного медіапростору. Соціум. Документ. Комунікація: зб. наук статей. Вип. 8. Переяслав-Хмельницький, 2019.
15. Кір'ян О.І. Формування іміджу організації як джерела її стійкості та прибутковості. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 15-16. С. 75-80
16. Кодекс професійної етики українського журналіста.

URL:<https://nm.dp.court.gov.ua/sud0427/pres-centr/kodexxx/>

17. Лівіцька О. В. Практика PR-діяльності : навчальний посібник. Кам'янець - Подільський: ТОВ «Друкарня «Рута», 2020. 164 с. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi81/0061627.pdf>
18. Лі Річ. Міфи про PR / пер. з англ. І. Семенюк. Харків : Вид-во «Ранок»: Фабула, 2020. 272 с
19. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади /упорядник З. Казанджи. URL: <https://imi.org.ua/advices/praktichniy-posibnik-dlya-pratsivnikov-komunikatsiynih-struktur-v-organah-vladi-chastina-2-i2363>
20. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2019. 202с.
21. Пушкар З.М. Роль засобів масової інформації у PR діяльності організації. Матеріали науково-практичної інтернет-конференції студентів, аспірантів та молодих вчених кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу «Інноваційні технології в менеджменті та публічному управлінні». Тернопіль: ЗУНУ, 2022. URL: https://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/51919/1/ZBIRNIK_05_2024_%D0%A7%D0%90%D0%A1%D0%A2%D0%98%D0%9D%D0%90_1.pdf
22. Пушкар З., Пушкар Б. Управління командами в умовах сучасних викликів. *Наукові перспективи* № 12(54) 2024. С. 857-869. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/about>
23. Пушкар З., Пушкар Б. Інтеграція PR - технологій у систему управління командною динамікою та поведінкою персоналу в умовах цифрової трансформації освіти. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. Том 1 № 30. 2025. С.107 - 117. DOI: 10.35774/rarpsu2025.30.107 URL: <https://share.google/TvSJpLq1js2pqPYvA>
24. Самойленко Т. Г. Механізми реалізації зв'язків із громадськістю в публічному управлінні. Публічне управління і адміністрування в Україні. 2019. Вип. 14. С. 67–71.
25. Смірнова К. В. PR менеджмент. Одеса: ОДЕКУ, 2021. 191с. URL: http://eprints.library.odeku.edu.ua/id/eprint/9370/1/SmirnovaKV_PR%20management_KL_2021.pdf
26. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. А. М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с. URL: <https://bit.ly/3FXhhDY>
27. Яненко Я. В. Сучасні рекламні комунікації як чинник соціалізації: монографія. Суми: СумДУ, 2018. 300с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/aaa5bdd9-d1fd-4e62-a84b-ff91aedcbf3d/content>
28. Ясиневич Я. Комунікація громадських ініціатив. Для тих, хто творить зміни. Практичний посібник. Інститут масової інформації. Київ: ТОВ «Софія-А», 2016. 104 с.
29. Strategic Public Relations. Edited by Norman A. Hart/ First published 1995 by MACMILLAN PRESS LTD Houndmills, Basingstoke, Hampshire RD21 2XS and London.
30. Rostyslav Mukha, Natalia Porplytsya, Andriy Kovalets, Roksolana Mukha, Iryna Stasiv, Zoriana Pushkar. Method and Software for Managing HR Processes of a Company using the Wolf Pack Algorithm. 2024 14th International Conference on Advanced Computer Information Technologies ACIT'2024. Conference Proceedings. Ceske Budejovice, Czech Republic 19-21 September 2024. 376 - 379. Part Number: CFP24S92-PRT. ISBN: 979-8-3503-5003-6. ISSN: 2770-5218. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/10712450>

Політика щодо оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету (інституту) за наявності поважних причин (наприклад,

лікарняний).

- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.
- **Політика щодо відвідування:** За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, карантин, воєнний стан, закордонне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Політика щодо результатів навчання

Відповідно до «Положення про визнання в Західноукраїнському національному університеті результатів попереднього навчання»

(https://www.wunu.edu.ua/pdf/pologenya/Polozhennya_ruzult_poper_navch.pdf)

здобувачам вищої освіти може бути зараховано результати навчання (неформальної/інформальної освіти, академічної мобільності тощо) на підставі підтвердних документів (сертифікати, довідки, документи про підвищення кваліфікації тощо). Рішення про зарахування здобувачу результатів (певного освітнього компонента в цілому, або ж окремого виду навчальної роботи за таким освітнім компонентом) приймається уповноваженою Комісією з визнання результатів навчання за процедурою, визначеною вищезазначеним положенням.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	Модуль 4
20%	20%	20 %	20%	5 %	15 %
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Поточне оцінювання	Модульний контроль 2	Тренінги	Самостійна робота
Усне опитування під час заняття, тестування, кейси (1-7 теми). Оцінка визначається як середнє арифметичне з оцінок отриманих під час занять (не менше 3 оцінок)	Модульна робота – max 100 балів (в т.ч. завдання в системі Moodle)	Усне опитування під час заняття, тестування, кейси (8-14 теми). Оцінка визначається як середнє арифметичне з оцінок отриманих під час занять (не менше 3 оцінок)	Модульна робота – max 100 балів	Оцінка визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час тренінгу	Оцінка за виконання завдань

Шкала оцінювання

За шкалою Університету	За національною Шкалою	За шкалою ECTS
90–100	Відмінно	A (відмінно)
85–89	Добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	Задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)