

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет права та міжнародних відносин

Кафедра міжнародних відносин та міжнародного права

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ

з дисципліни

«PR-технології»

спеціальності	291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії
освітнього рівня	першого (бакалаврського)
освітньої програми	291.00.01 Суспільні комунікації

ОПИС ПРОГРАМИ ЕКЗАМЕНУ

Київський університет імені Бориса Грінченка	Кафедра міжнародних відносин та міжнародного права
Розробник: Ілюк Тетяна Василівна, канд. іст. наук, доцент кафедри міжнародних відносин та міжнародного права Факультету права та міжнародних відносин	
ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ з дисципліни «PR-технології»	
Курс	IV
Спеціальність	291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії
Освітня програма:	291.00.01 Суспільні комунікації
Форма проведення:	письмова (тестування)
Тривалість проведення:	2 академічні година (1 год. 20 хв.)
Максимальна кількість балів: 40 балів	Комп'ютерне тестування (40 питань)

Критерії оцінювання:

До середньозваженої оцінки за семестр, яка становить від 35 до 60 балів, додаються результати екзамену від 1 до 40, що загалом становить максимум в 100 балів. Кожна вірна відповідь оцінюється у 1 бал.

Оцінювання екзаменаційних робіт:

- 40-38 балів – відмінний рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу з, можливими, незначними недоліками;
- 37-35 балів – достатньо високий рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу безсуттєвих грубих помилок;
- 34-30 балів – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок;
- 29-25 балів – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності;
- 24-20 балів – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь);
- 19-1 балів – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання.

Компетентності, якими мають володіти студенти після вивчення дисципліни «PR-технології»:

ЗК-3. Знання предметної області майбутньої професійної діяльності, загальнокультурна ерудиція, широке коло інтересів, розуміння сутності і соціальної значущості майбутньої професії.

ЗК-9. Здатність діяти відповідально, проявляти громадянську свідомість, відповідати за якість виконаної роботи, робити свідомий вибір та застосовувати демократичні технології прийняття рішень.

ФК-3. Здатність вирішувати професійні задачі у сфері міжнародних відносин та світової політики.

ФК-9. Знання сучасних інформаційних мереж, інформаційнокомп'ютерних технологій оброблення інформації та здатність використовувати їх з метою пошуку, збору та оброблення інформації про країни і регіони світу, послуговуючись сучасними методами і засобами аналізу інформації у практичній

професійній діяльності.

ФК-11. Здатність на основі інформаційно-аналітичних матеріалів міністерств і відомств, агенцій, відповідних зарубіжних структур, спираючись на вітчизняний та світовий досвід інформаційно-аналітичного забезпечення зовнішньополітичного, зовнішньоекономічного курсів держав моделювати ситуації міжнародних відносин.

ФК-15. Знання та розуміння основних положень і категорій конфліктології, причини, умови й наслідки виникнення міжнародних конфліктів та засобів їх врегулювання.

ФК-18. Здатність до здійснення комунікації та інформаційно-аналітичної діяльності у сфері міжнародних відносин (українською та іноземними мовами).

ФК-19. Розуміння свого місця в системі соціальних відносин, необхідності удосконалення своїх особистих і професійних якостей, наполегливість у досягненні мети, толерантність, активна життєва позиція.

ФК-20. Здатність аргументувати вибір шляхів вирішення завдань професійного характеру, обґрунтовувати прийняті рішення.

ДФК-1. Здатність здійснювати піар та використовувати інформаційно-комунікаційні технології в міжнародних відносинах. Розуміння ролі інформаційно-аналітичних центрів у формуванні громадської думки у міжнародних відносинах, здатність до реалізації комунікативної стратегії Міністерства закордонних справ України щодо формування позитивного іміджу країни.

ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ:

I. Питання на перевірку знань та розуміння студентами навчальної програми:

1. Сутність Public Relations: поняття, об'єкт, предмет, особливості.
2. Мета та напрями PR-діяльності.
3. Принципи та функції Public Relations.
4. Сучасні теорії та концепції комунікації.
5. Етапи комунікаційної революції.
6. Історія формування системи зв'язків з громадськістю.
7. Становлення PR. Е.Бернейс. Декларація принципів Айві Лі.
8. Зв'язки з громадськістю в епоху глобалізації.
9. Організація роботи в системі зв'язків з громадськістю. Підходи до процесу управління у сфері PR.
10. Основні організаційні форми діяльності в системі PR.
11. Вимоги до особистих якостей фахівця зі зв'язків з громадськістю.
12. Громадськість як об'єкт комунікативного впливу.
13. Поняття «громадськість» та «аудиторія».
14. Групи та рівні громадськості. Загальна типологізація громадськості.
15. Типи громадськості за Дж. Гендріксом.
16. Типи громадськості за рівнем залученості (за Д. Грунігом).

17. Комунікативно-інформаційна структура громадськості.
18. Громадська думка як об'єкт PR-діяльності.
19. Поняття та характерні ознаки громадської думки.
20. Правила роботи з громадською думкою.
21. Закони громадської думки (за Х. Кетрілом).
22. Способи впливу на громадську думку: примус, маніпулювання та співробітництво.
23. Чутки як засіб комунікації та специфічна форма існування громадської думки.
24. Типи досліджень громадської думки. Методи досліджень у сфері PR.
25. Спеціальні методи досліджень у сфері PR: моніторинг ситуації, PR-аудит, комунікаційний аудит, соціальний аудит, ситуаційний аналіз, маркетингові дослідження.
26. Комунікація як основа PR-діяльності.
27. Сутність та моделі комунікації. Класична модель комунікації К. Шеннона, В. Вівера. Модель масової комунікації Г. Лассуела.
28. Структура повідомлення (зміст; засоби передачі; особистість комунікатора).
29. Зв'язки з громадськістю як комунікаційна функція управління.
30. Внутрішня комунікація в PR-діяльності.
31. Поняття і форми внутрішньорганізаційної комунікації. Структура внутрішніх комунікацій.
32. Індивідуальні та групові форми управлінської комунікації.
33. Корпоративні зв'язки та реалізація корпоративних PR-програм.
34. Контроль внутрішньокорпоративних інформаційних потоків в PR-діяльності.
35. Зв'язки з громадськістю в умовах кризи. Роль PR в системі антикризового управління.
36. Основні етапи антикризового управління. Складові частини антикризової програми.
37. Робота з цільовими аудиторіями в умовах кризи.
38. Принципи антикризової PR-діяльності.
39. Комунікація зі ЗМІ в кризових умовах.
40. Взаємодія зі ЗМІ та різними групами громадськості під час суспільно-політичних криз.
41. Маніпулятивні піар-технології в процесі кризового менеджменту.
42. Загальна характеристика PR-інструментарію. Типи PR-інструментів.
43. Роль ЗМІ у здійсненні PR-діяльності. Створення інформ-приводу. Розміщення у ЗМІ.
44. Інформаційний привід як стрижнева комунікаційна технологія. Різновиди інформаційних приводів та правила підготовки інформаційних повідомлень.
45. Специфіка електронних, друкованих та мультимедійних ЗМІ для поширення PR-матеріалів.
46. Підготовка до інтерв'ю, специфіка проведення інтерв'ю з різними засобами масової інформації.

47. Публічний виступ. Типи публічних промов. Закони сприйняття інформації аудиторією.
48. Друковані та корпоративні видання в PR-діяльності.
49. Подієвий менеджмент в PR-діяльності. Типологія івент-комунікацій.
50. Специфіка видів подієвої комунікації: презентація, виставка (ярмарок), прийом, конференція, церемонія відкриття, день відкритих дверей тощо.
51. Імідж і репутація в PR. Організація спеціальних подій в рамках формування іміджу.
52. Бренд як категорія зв'язків із громадськістю. Поняття, складові та основні завдання бренда.
53. Процес створення бренда і його основні етапи. Принципи створення та правила роботи з брендбуком.
54. Поняття політичного іміджу держави. Базові компоненти та функції іміджу держави.
55. Чинники формування образу держави. Імідж лідера та політичних еліт.
56. Публічна дипломатія як вид зв'язків з громадськістю.
57. Державний брендинг та репутація.
58. Проблеми формування іміджу України в міжнародному співтоваристві.
59. Публічна дипломатія як ефективний інструмент «м'якої сили» та просування національних інтересів держави.
60. Стратегічні комунікації у міжнародних відносинах.
61. Особливості кроскультурної комунікації в процесі реалізації PR-діяльності.
62. Міжнародні організації як суб'єкти PR-діяльності.
63. Механізми та інституційні структури публічної дипломатії ООН та НАТО.
64. Механізм публічної дипломатії ЄС.
65. Реалізація PR-діяльності неурядовими міжнародними організаціями.

Література:

Основна:

1. Балабанова Л.В., Савельєва К.В. Паблік Рилейшнз: Навч. Посіб. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 528 с.
2. Інформаційна складова державної політики та управління : монографія / Соловійов С. Г., та ін. Київ: К.І.С., 2015. 320 с. URL: [//academy.gov.ua/NMKD/library_nadu/Monogr/e008ca03-7c8b-49fa-9a91-1769523a94c7.pdf](http://academy.gov.ua/NMKD/library_nadu/Monogr/e008ca03-7c8b-49fa-9a91-1769523a94c7.pdf).
3. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 3-тє вид. доп. і перероб. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009.— 831 с.
4. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2015. 497 с.
5. Романовський О.Г. Основи Паблік Рилейшнз: навчально-методичний посібник для студентів спеціальностей 8.03010201 «Психологія» та 8.18010018 «Адміністративний менеджмент» / О. Г. Романовський, Н. В. Серєда, Є. В. Воробйова. – Х.: НТУ «ХП», 2015.
6. Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах : монографія / В.М. Бебик, С.І. Копійка, Є.А. Макаренко та ін. Київ : Вадекс, 2019. 442 с. URL : <http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2019/10/SCvmeigdunar.pdf/>.
7. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю. Навчальний посібник. – К.2001. – 365 с.

8. Dennis L. Wilcox and Glen T. Cameron Public Relations: Strategies and Tactics (10th Edition) - Pearson, 2011. - 624p.
9. Edward Bernays and Stuart Ewen Crystallizing Public Opinion - Ig Publishing, 2011. - 216p.

Додаткова:

1. Бжезінський Зб. Стратегічне бачення: Америка і криза глобальної влади. Львів: Літопис, 2012. 168с. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Bzhezinski_Zbigniev/Stratehichne_bachennia_Ameryka_i_kryza_hlobaln_oj_vlady.pdf
2. Гапоненко В.А. Зв'язки з громадськістю: навч. посібник / В. А. Гапоненко, В. А. Рихлік. Київ : КНЕУ, 2015. 238 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/78513838.pdf>
3. Дубов Д. В. «Стратегічний наратив»: до проблеми реалізації сутнісної складової стратегічних комунікацій в Україні: Аналітична записка. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/2377/>.
4. Зленко А.М. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. А.М. Зленко – Бориспіль: Ризографіка, 2018.
5. Інформаційна складова державної політики та управління: монографія / Соловійов С.Г., та ін. Київ: К.І.С., 2015. 320 с. URL: http://academy.gov.ua/NMKD/library_nadu/Monogr/e008ca03-7c8b-49fa-9a91-1769523a94c7.pdf
6. Клімкін Павло. Умланд Андреас .Альтернативні шляхи західної інтеграції України під час та після коронакризи Як Києву реагувати на нову геополітичну ситуацію, в якій опинилися країни східноєвропейської «сірої зони»?URL: <https://voxukraine.org/uk/alternativni-shlyahi-zahidnoyi-integratsiyi-ukrayini-pid-chas-ta-pislya-koronakrizi/>
7. Мандзюк О.А. Засади розроблення стратегічного наративу. URL: <http://goal-int.org/zasadi-rozroblennya-strategichnogo-narativu/>.
8. Мойсеев В. А. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. URL : https://library.udpu.edu.ua/library_files/436760.pdf.
9. Парахонський Б.О., Яворська Г.М. Онтологія війни і миру: безпека, стратегія, смисл: Монографія, Київ: НІСД, 2019. 588с. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-07/Monografiya_Ontologiya_print.pdf
10. Політика культурної дипломатії: стратегічні пріоритети для України: зб. наук.- експерт. матеріалів / за заг. ред. О. П. Розумної, Т. В. Черненко. Київ : НІСД, 2016. 92 с. URL: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/kult_dyp-cd7f1.pdf
11. Український інститут: м'яка сила для просування сучасної України у світі. URL: <http://mfa.gov.ua/ua/press-center/news/54574-ukrajinskyj-institut-mjaka-sila-dlya-prosuvannya-suchasnoji-ukrajini-u-sviti>
12. Шевченко О.В. Основи PR-практики (прикладний аспект): Посібник – К.: Центр вільної преси, 2007. – 157

Інші навчальні матеріали:

1. Конспекти лекцій.
2. Доповіді та презентації на семінарських та практичних заняттях.
3. Виконані завдання самостійної роботи.

Зразки тестів:

1. Об'єктом PR виступає:

- система реальних зв'язків суб'єктів управління та суспільної діяльності з громадськістю;
- технології емоційного впливу та маніпулювання;
- формування управлінських процесів;
- підвищення продаж;

2. У чому полягає стратегічне завдання PR:

- формування довіри, на основі чого тільки й може виникнути позитивне ставлення до організації;
- створення бажання, мотивування попиту на товари;
- залучення уваги громадськості до якого-небудь явища через ЗМІ;
- формування персонального бренду;

3. Позиціонування об'єкту PR – це:

- створення, відтворення та підтримка зрозумілого, сприятливого і керованого іміджу;
- підвищення (іміджу, використовуючи ранги показників іміджу і ранжуючи їх заступенем значущості);
- відновлення випадково зниженого іміджу;
- відстежування змін у державній політиці, міжнародному положенні, громадській думці, настроях мас – потенційних користувачів;

4. Типологія громадськості за Д. Грунігом базується на:

- рівні залученості громадськості до подій чи процесів;
- ступенем її важливості для організації;
- за рівнем впливу громадськості на процес;

5. Яка з наведених форм НЕ належить до форм безпосередньої групової комунікації:

- нарада;
- збори;
- «мозговий штурм»;
- переговори;
- індивідуальний прийом;
- презентація;

Програма екзамену розглянута і затверджена на засіданні кафедри міжнародних відносин та міжнародного права. Протокол № 4 від 11 листопада 2022 р.

Екзаменатор:



Т.В. Ілюк

Завідувач кафедри:



В.М. Яблонський