**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Львівський національний університет імені Івана Франка**

 **Факультет філософський\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

 **Кафедра теорії та історії політичної науки\_\_\_\_**

 **Затверджено**

На засіданні кафедри теорії та історії політичної науки

 факультету філософського

 Львівського національного університету імені Івана Франка

 (протокол № \_\_1\_\_ від 28 серпня 2020 р.)

 Завідувач кафедри \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ д.п.н., доц. Шипунов Г.В.

**Силабус з навчальної дисципліни**

 **«Теорія та історія політичних зв’язків з громадськістю»,**

**що викладається в межах ОПП (ОПН) \_Політологія\_\_\_\_\_\_\_\_**

 **першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

**для здобувачів з спеціальності \_\_\_\_052 «Політологія»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Львів 2021 р.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Назва курсу** | Теорія та історія політичних зв’язків з громадськістю |
| **Адреса викладання курсу** | м. Львів, вул. Університетська, 1 |
| **Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна** | Філософський факультет, кафедра теорії та історії політичної науки |
| **Галузь знань, шифр та назва спеціальності** | 05 Соціальні та поведінкові науки; 052 «Політологія» |
| **Викладач (-і)** | Угрин Леся Ярославівна, кандидат політичних наук, доцент кафедри теорії та історії політичної науки |
| **Контактна інформація викладача (-ів)** | Lesya.Uhryn@lnu.edu.ua; uhryn\_l@ukr.net;(032) 239-44-62 |
| **Консультації по курсу відбуваються** | щочетверга 15.00-17.00 год. (філософський факультет, вул. Університетська, 1, ауд. 204)Онлайн-консультації  |
| **Сторінка курсу** |  |
| **Інформація про курс** | Вибіркова навчальна дисципліна «Теорія та історія політичних зв’язків з громадськістю», є складовою освітньо-професійної програми підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти з галузі знань 05 – Соціальні та поведінкові науки, за спеціальністю 052 – Політологія, охоплює вивчення історії та теоретичних засад аналізу PR у суспільно-політичних процесах.Дисципліна викладається в 7 семестрі в обсязі 3 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS)) |
| **Коротка анотація курсу** | Вибіркова навчальна дисципліна ««Теорія та історія політичних зв’язків з громадськістю» передбачає вивчення комунікаційних та процесуальних аспектів PR, історичних етапів становлення зв’язків з громадськістю, теоретичних засад розвитку та методологічних аспектів аналізу зв’язків з громадськістю у політиці.. |
| **Мета та цілі курсу** | Метою і завданням навчальної дисципліни «Теорія та історія політичних зв’язків з громадськістю» є сформувати знання про історичні основи розвитку PR від найдавніших часів до їхньої інституалізації як окремої сфери суспільної діяльності та наукових досліджень у ХІХ ст., прослідкувати тенденції сучасного розвитку, з’ясувати теоретичні засади функціонування PR та сформувати у студентів навички наукового аналізу сучасних PR-процесів. |
| **Література для вивчення дисципліни** | **Основна література:**1. Афанасьєв І.Ю. Історія PR. Навчальний посібник. – К.: Алерта, 2016. – 140 с.
2. Бернейс Э. Пропаганда /Пер. с англ. И. Ющенко. – М. : Hippo Publishing, 2010. – 176 с. – Режим доступа: <https://propagandahistory.ru/books/Edvard-Berneys_Propaganda/> або <https://1lib.eu/book/2779974/548377>
3. Гримська М.І. Зв’язки з громадськістю. Підручник для студентів вищих навчальних закладів. – Харків: Фоліо, 2015. – 414 с.
4. Климанська Л.Д. Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної “кухні”: Монографія. - Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2007. - 332 с.
5. Кодекс професійної етики Української Асоціації зі зв’язків з громадськістю (UAPR) [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.uapr.com.ua/ua/ethics.
6. Королько В.Г. Основи паблик рілейшнз: Посібник.- К., 1997.
7. Кастельс, М. Власть коммуникации / М. Кастельс ; пер. с англ. Н. М. Тылевич ; под науч. ред. А. И. Черных. – М. : Изд. Дом Высшей школы экономики, 2016. — 564 , [4] с.
8. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшенз.Теория и практика, 8-е изд.: пер.с англ.: Уч. Пособие. – М,: Издательський дом «Вильямс» 2000. – 624 с.
9. Міжнародний кодекс рекламної практики. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/988\_010
10. Про інформацію : Закон України від 2 жовтня 1992 р. № 2657-ХІІ // Відом. Верхов. Ради України. 1992. № 48.
11. Пропаганда и свобода массовой информации// Памятная записка Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ. Г. Вена, 2015. – Режим доступа: <https://www.osce.org/files/f/documents/d/6/219726.pdf>
12. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. 2-е вид., виправ. І доп. Київ : Знання, 2004.
13. Про рекламу: Закон України від 3 липня 1996 р. № 270/96-ВР // Відом. Верхов. Ради України. 1996. № 39.
14. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник. – К. : КиМУ, 2011. – 312 с.
15. Хон Л., Грунинг Д. Руководящие принципы для измерения взаимоотношений в области связей с общественностью. – Режим доступа : <https://vr.com.ua/book/izmerenie_pr.htm>
16. Эллюль Ж. Характеристика пропаганды (перевод первой главы монографии Ellul, Jacques. Propaganda: The Formation of Men’s Attitudes. Knopf. New York. 1965 (С. 6-33)). – Режим доступа: http://www.rc-analitik.ru/file/%7B8866f83c-57de-4e48-b02b-1adac4cdbd0f%7D

**Додаткова література:**1. Аронсон Э., Пратканис Э. Р. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление. Перераб. изд. - СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. - 384 с
2. Башук А. І. Зв’язки з громадськістю: підходи до розуміння терміна / А. І. Башук // Наукові записки Інституту журналістики : наук. зб. — Київ, 2009. — Т. 35. — С. 153–158.
3. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. – К.: МАУП, 2005.
4. Березенко В. В. Теоретико-методологічні підстави наукового знання про зв’язки з громадськістю / В. В. Березенко // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2012. – № 4 – С. 175–179.
5. Березенко В. В. Історичний аспект розвитку наукового знання про PR / В. В. Березенко // Інформаційне суспільство. - 2014. - Вип. 20. - С. 92-95. - Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/is_2014_20_22>.
6. Березенко В. В. "Public relations" в сучасному науковому дискурсі: підходи до визначення [Електронний ресурс] / В. В. Березенко // Наукові записки Інституту журналістики. - 2013. - Т. 50. - С. 228-233. - Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_50_46>
7. Березенко В. В. Стан політичного PR в Україні: соціально-комунікаційний аспект / В. В. Березенко // Держава та регіони. – Запоріжжя: ГУЗІДМУ, 2012. – С. 16-31.
8. Бернейс Э. Инженерия согласия // Полис. Политические исследования. 2013.№ 4. С. 122—131.
9. Бернейс Э. Манипуляция общественным мнением: как и почему. – Полис. Политические исследования. 2012. № 4. С. 149-159/
10. Буари Ф. А. Паблик рилейшнз или стратегия доверия / Ф. А. Буари; пер. с фр.Н. С. Добробабенко. – М. : Консалтинговая группа «Имидж-Контакт»: Издательский Дом «Инфра-М», 2001. – 178 с.
11. Голік О. В. Кодекси професійної етики фахівця зі зв’язків з громадськістю : порівняльний аспект / О. В. Голік // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2012. – № 2. – С. 134–138.
12. Гофман И. Анализ фреймов. Эссе об организации повседневного опыта. – М.: Ин-т социологии РАН, 2004. – 752 с.
13. Зернецька О. PR-маніпуляційний вплив. Комунікативна теорія і практика / О. Зернецька, П. Зернецький // Політичний менеджмент. – 2003. – № 3. – С. 101–113. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PoMe\_2003\_3\_12
14. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи / А. Г. Зінченко // Український соціум. – 2005. – № 5–6. – С. 164–169.
15. Історія зв’язків із громадськістю: конспект лекцій / укладач Н. С. Подоляка. – Суми : Сумський державний університет, 2016. – 158 с.
16. Йоргенсен М. В., Филлипс Л. Дискурс-анализ: теория и практика. – Харьков: Гуманитарный центр, 2008.
17. Каплан Б. Миф о рациональном избирателе: Почему демократии выбирают плохую политику. – М.: ИРИСЭН: Мысль: 2012.
18. Клягин С.В., Осипова Е.Н. Игра в «классики»: методология PR-коммуникации и динамика научных парадигм// Актуальные проблемы теории коммуникации. Сб. научн. трудов – СПб: Изд-во СПбГПУ, 2004 // Режим доступу: http://www.russcomm.ru/rca\_biblio/k/klyagin-osipova.shtml
19. Кравченкова Г. М. Паблік рілейшинз як соціальний інститут: нормативний і організаційний підхід / Г. М. Кравченкова // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. - 2013. - Вип. 58. - С. 95-103. - Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/stapttp_2013_58_14>.
20. Кравченкова Г. М. Соціологічні концепції як теоретична основа pr-діяльності / Г. М. Кравченкова // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. - 2014. - Вип. 62. - С. 157-163. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/stapttp\_2014\_62­­\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/stapttp_2014_62_21)
21. Королько В. До питання про соціальну роль та етику паблик рілейшнз // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2000. - № 1 (січень - березень). – С. 62-75.
22. Королько В. Паблик рілейшнз і репутаційний менеджмент // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2001. - № 2 (квітень – червень). – С. 108-116.
23. Королько В. Система паблик рілейшнз як чинник становлення громадянського суспільства // Суспільна трансформація: концептуалізація, тенденції , український досвід/ За ред. В.В.Танчера, В.В. Степаненка.– К.: Інститут соціології НАНГ Украї\ни, 2004.
24. Липпман У. Общественное мнение/ Пер. с англ. Т.В. Барчуновой. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. Ч.1. – 384 с (режим доступу: <http://www.socioline.ru/node/1006>)
25. Наумова Н. М. Аналіз сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у сфері зв'язків із громадськістю / Наумова Н. М., Наумов В. О. // Вісник Національного транспортного університету. – 2016. – № 1. – С. 310–319. http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/11495
26. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания.- М., 1996.
27. Ольшевский А. Антикризисный PR и консалтинг. – СПб.: Питер, 2003.
28. Поцепцов Г. Возврат к пропаганде, или вверх по лестнице, ведущей вниз // Режим доступу: <https://detector.media/withoutsection/article/177379/2020-05-22-vozvrat-k-propagande-ili-vverkh-po-lestnitse-vedushchei-vniz/>
29. Почепцов Г. Колонизация эмоций, или «приручение» эмоций в бизнесе, политике, развлекательной культуре . – Режим доступа: <https://www.aup.com.ua/kolonizaciya-yemociy-ili-priruchenie/>
30. Почепцов Г. Трагедия современной коммуникации. – Режим доступа: <https://detector.media/withoutsection/article/177802/2020-06-07-tragediya-sovremennykh-kommunikatsii/>
31. Родс Э. Пропаганда. Плакаты, карикатуры и кинофильмы Второй мировой войны. 1939-1945 – М.: Эксмо, 2008. – 303 с.
32. Русакова О.Ф., Русаков В.М.. PR-Дискурс: Теоретико-методологический анализ. – Екатеринбург, Институт философии и права УрО РАН-Институт международных связей, 2008. –282
33. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. Посібник. – К.: МАУП. 2001.
34. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства : / О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І . Попик та ін.]; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського . – К ., 201 4 . – 260 с.
35. Тихомирова Є. Паблік рилейшнз у глобалізованому світі: Монографія. – К:, 2004.
36. Угрин Л.Я. Якого кольору PR (Роздуми після парламентських виборів 2006р.) / Л. Угрин // Дотримання демократичних стандартів виборчого процесу в Україні у 2006 р.: Матеріали міжрегіональної науково-практичної конференції ; укл. А.С. Романюк, Л.С. Скочиляс. – Львів: ЦПД ЛНУ ім. І.Франка, 2006. – С. 77–81.
37. Черкасова В.П. Медиа-манипулирование общественным политическим сознанием: Телевидение и Интернет. М.: Издательство «Весь Мир», 2019. – 152 с.

 **Інтернет-ресурси:**1. Сайт International Communications Consultancy Organisation (ICCO) – http://www.iccopr.com/
2. Українська асоціація зі зв’язків з громадськіст./ – Режим доступу: [www.uapr.com.ua](http://www.uapr.com.ua).
3. Українська ліга зі зв’язків з громадськістю/ – Режим доступу: [www.pr-liga.org.ua](http://www.pr-liga.org.ua).
4. Матеріали сайту «Академія преси» – <https://www.aup.com.ua/>
5. Матеріали сайту «Детектор медіа» – <https://detector.media/>
6. Матеріали сайту «Телекритика» – <http://telekritika.kiev.ua>
7. Матеріали сайту «ІНТЕРНЬЮЗ-УКРАЇНА» – https://internews.ua/uk/about
8. Ресурси бібліотеки сайту EVARTIST <http://www.evartist.narod.ru/journ.htm>
9. Музей зв'язків з громадськістю (м. Нью-Йорк) - <http://www.prmuseum.org/>
10. Фільм «Брекзит» https://uakino.club/filmi/genre\_drama/9596-brekzit.html
11. Документальний серіал «Агенти хаосу» https://uaserials.pro/1617-agenty-haosu.html
 |
| **Тривалість курсу** | І семестр |
| **Обсяг курсу** | 32годин аудиторних занять. З них 16 години лекцій, 16 годин практичних занять, 64 години самостійної роботи |
| **Очікувані результати навчання** | **В результаті вивчення цього курсу студент повинен**знати: * історію та етапи становлення зв’язків з громадськістю як самостійної сфери суспільної діяльності та навчальної дисципліни;
* теоретичні основи PR та PR-діяльності;
* сутність PR як комунікативної дисципліни, основні моделі комунікації в PR;
* подібність та відмінність з суміжними дисциплінами - маркетингом, пропагандою, рекламою, журналістикою;
* функції зв’язків з громадськістю;
* інституційні аспекти PR;
* особливості PR як комунікативної технології впливу на суспільно-політичні процеси;
* технологію планування та основи управління процесом PR.

 вміти:* застосовувати сучасні методи та технології PR;
* планувати PR-кампанії та розробляти заходи паблік рилейшнз;
* проводити дослідження в рамках PR-кампаній;
* мати навички складання прес-релізу, підготовки спеціальних подій, публічного виступу
 |
| **Ключові слова** | Зв’язки з громадськістю, громадськість, цільові групи, цільова аудиторія, процес PR, комунікація, реклама, пропаганда, дискурс-аналіз, маніпулювання, |
| **Формат курсу** | Очний |
| **теми** | **ДОДАТОК (схема курсу)** |
| **Підсумковий контроль, форма** | залік |
| **Пререквізити** | Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з дисциплін «Політична комунікація», «Психологія», «Сучасні політичні теорії». |
| **Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу** | ЛекціїДискусіїКолаборативне навчання |
| **Необхідні обладнання** | Роздатковий матеріалНавчальний посібникНавчально-методичні рекомендації |
| **Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)** | Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою та п’ятибальною системою. Підсумкова максимальна кількість балів 100.Оцінювання знань студентів відбувається на основі результатів поточного контролю знань, який проводиться за двома складовими: – контроль систематичності та активності роботи студента впродовж семестру; – контроль за виконанням індивідуальних завдань.При контролі систематичності та активності роботи студента оцінці підлягають:* самостійна робота студентів;
* активність на семінарських заняттях;
* рівень засвоєння знань програмного матеріалу

Критерії оцінювання есе:* обґрунтування актуальності та чітка постановка проблеми;
* аналіз та узагальнення різних точок зору на проблему (короткий історіографічний аналіз обраної проблеми;
* послідовна аргументація викладеної позиції;
* відсутність концептуальних помилок;
* міра розкриття усіх аспектів обраної проблеми;
* переконливі висновки (чи пропозиції, прогнози), що логічно зумовлюються викладеним матеріалом;
* стиль написання.

Критерії оцінювання знань у дискусіях:Позитивно оцінюється:* опрацювання та вміння критично оцінити літературу до теми
* інформація з однієї з проблем теми, що опирається на факти чи опрацьовану літературу
* формулювання тези дискусії
* аргументація тези, інформація, що опирається на факти
* залучення до дискусії чи обговорення іншого студента
* уточнююча інформація або запитання
* виявлення суперечності
* формулювання аналогії
* аргументований аналіз висловлювань інших
* узагальнення

Негативно оцінюється:* відсутність зацікавленості дискусією
* зауваження не по теми
* монополізація дискусії
* некоректне висловлювання щодо іншого учасника дискусії
* відволікання від теми дискусії
* дуже загальні, абстрактні висловлюванні

  |
| **Питання для самоконтролю до заліку** | 1. PR як наука і мистецтво.
2. PR : сутність та проблеми визначення.
3. Класифікація визначень PR.
4. PR як функція управління.
5. Е. Бернайз про три основні функції PR.
6. PR як елемент соціальних та політичних технологій.
7. Принципи зв’язків з громадськістю.
8. Роль PR в демократичному та авторитарному суспільствах.
9. PR та пропаганда.
10. PR та маркетинг.
11. Сем Блек про основні принципи PR.
12. Д. Ньюс, А.Скотт і Дж. Турк про 10 базових принципів зв’язків з громадськістю.
13. Причини та передумови виникнення PR як самостійної сфери діяльності.
14. Історичні етапи розвитку PR як сфери діяльності.
15. Елементи та моделі комунікаційного впливу в стародавніх суспільствах.
16. Розвиток ораторського мистецтва, риторики та принципів публічного діалогу в античні часи.
17. Елементи PR в Середньовіччі. Конгрегація пропаганди віри. Поширення друкарства та книгодрукування.
18. Зародження PR у Північні Америці в ХУШ ст.
19. Діяльність прес-агенств та пабліситі-бюро в північноамериканських містах.
20. «Батьки»-засновники зв’язків з громадськістю.
21. Роль Айві Лі у становленні PR як професії.
22. Роль Артура Пейджа у розвитку PR.
23. Роль Е. Бернайза в інстуціоналізації PR як професії та науки.
24. Етапи розвитку та інституалізації PR.
25. Основні моделі зв’язків з громадськістю.
26. Дж. Груніг про моделі PR.
27. Колесо Д. Бернштейна.
28. Поняття та типи громадськості в PR.
29. Основні підходи до визначення громадськості. Громадськість та аудиторія.
30. Основні чинники формування громадськості.
31. Закономірності функціонування груп громадськості.
32. Громадська думка як об’єкт PR.
33. Методи дослідження громадської думки.
34. Комунікативна сутність зв’язків з громадськістю.
35. Моделі комунікації. Основні елементи комунікації.
36. Перцептивні аспекти комунікації в PR.
37. Принципи комунікації Р. Якобсона, П. Лазарсфельда та Г. Лассуелла
38. Перешкоди комунікації в PR.
39. Типи комунікації в PR.
40. Теорії сприйняття інформації у зв’язках з громадськістю.
41. Теорії масової комунікації та масові аудиторії.
42. Вимоги до комунікації та комунікатора в PR. Які типи комунікації використовуються у практиці PR.
43. Правове регулювання PR-діяльності.
44. Етика і професійні стандарти в зв’язках з громадськістю.
45. Декларація принципів» Айві Лі.
46. Кодекси професійної поведінки спеціаліста по зв’язках з громадськістю.
47. Неформальні чинники регулювання PR-діяльності.
48. В. Королько про основні світоглядні підходи до PR-діяльності.
49. Маніпулювання у процесі PR-діяльності.
50. Вимоги до особистих та професійних якостей спеціалістів з зв’язків з громадськістю.
51. Основні напрями PR-діяльності та їх характеристика.
52. PR-діяльність та її принципи.
53. Характеристика основних моделей управління зв’язками з громадськістю.
54. Основні етапи PR та їх характеристика.
55. Дослідження в плануванні PR-кампанії.
56. Засоби PR.
57. Прес-реліз: структура та правила написання.
58. Основні типи прес-релізів.
59. Спеціальні події в PR: прес-конференція.
60. Спеціальні події в PR: презентація.
61. Процедури оцінювання PR-програми.
62. Принципи антикризового управління у PR.
63. Місце реклами у реалізації PR-стратегії.
64. Технології управління інформацією та створення новин у PR-стратегіях.
65. Технологія проведення публічних заходів та створення спеціальних подій.
66. Ш. Харрісон про вимоги до PR-діяльності в умовах кризи.
67. Теорії масової комунікації та їхній вплив на становлення сучасних моделей PR.
68. Теорії ефектів комунікації.
69. Принципи комунікації та їхнє відображення у практиці PR..
70. Медіарілейшнз.
71. Технології PR.в умовах епохи пост-правди.
72. Нові соціальні медіа в практиці зв’язків з громадськістю.
73. Поняття PR-дискурсу.
74. Психологічні характеристики PR-діяльності
75. Механізми психологічного впливу в практиці PR.
76. Емоції в практиках зв’язків з громадськістю та їхні функції.
77. Особливості становлення та інституціоналізації зв’язків з громадськістю в Україні.
78. Основні напрями діяльність PR-агенств та Асоціації зі зв’язків з громадськістю в Україні.
 |
| **Опитування**  | Анкета-оцінка з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу. |

**ДОДАТОК**

**Схема курсу**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Тиж. / дата / год.-** | **Тема, план, короткі тези** | **Форма діяльності (заняття)\* \*лекція, самостійна, дискусія, групова робота)** | **Матеріали** | **Література.\*\*\* Ресурси в інтернеті** | **Завдання, год** | **Термін виконання** |
| **Тиж. 1.****4 акад. год.**  | **Тема 1. Зв’язки з громадськістю як сфера діяльності сучасних суспільств**1.Сутність та зміст зв’язків з громадськістю. 2.Основні підходи до визначення зв’язків з громадськістю. 3.Співвідношення PR та суміжних сфер діяльності.4.Функції PR у різних суспільних середовищах. |  Лекція Семінарське заняття з елементами дискусії | Навчально-методичні матеріали,фліп-чарт | 6,8, 18, 20, 26, 37, 39 | Написання есе, Індивідуальні завдання |  |
| **Тиж. 2.****4 акад. год.** | **Тема 2. Громадськість у процесі PR** 1. Поняття громадськості в теорії та практиці PR.2.Структура та типологія груп громадськості (Дж. Груніг, Дж. Гендріксон). 3.Визначення пріоритетних груп у зв’язках з громадськістю. Цільові (targets) групи та аудиторії. 4.Відносини з громадськістю як основа формування і функціонування моделей PR. Чотири моделі Дж. Грюніга і Т. Ханта. Розвиток і критика діалогічної моделі Дж. Грюніга.5.Громадська думка як суб’єкт і об’єкт PR. Методи дослідження громадської думки у стратегіях PR.6.Маніпулювання громадською думкою у процесах PR. | ЛекціяСемінарськезаняття з елементами дискусії та групової роботи | Навчально-методичні матеріали, фліп-чарт | 6,8,15, 16, 24, 29, 40, 42, 63 | Написання есе, колаборативні методики |  |
| **Тиж. 3.****4 акад. год.** | **Тема 3**. **Історичні джерела розвитку зв’язків з громадськістю.**1.Суспільно-історичні та економічні передумови виникнення первісних форм політичного PR та публічної комунікації у Стародавньому світі. Елементи сучасних PR у стародавніх суспільствах як відображення їхньої комунікативної організації1.1.Домінування символьно-візуальних засобів комунікативного впливу у суспільствах Ст. Сходу.1.2.Релігійна основа публічних та політичних комунікацій у державах Ст. Сходу.1.3.Виникнення протореклами у суспільствах Ст. світу.1.4.Розвиток ораторського мистецтва у Ст. Греції та Римі (Платон, Арістотель, Сократ, Ціцерон).1.5.Софізм як піар-технологія Античності (Демосфен).1.6.Розвиток протожурналістики в античні часи.1.7.Масові заходи (гладіаторські бої, військові паради, театралізовані дійства) як чинник впливу на громадську думку Ст. Риму.2.Особливості розвитку форм публічної комунікації та зв’язків з громадськістю в епоху Середньовіччя. Домінування усних форм комунікацій.1.1Розвиток ораторського мистецтва у Середньовіччі. 1.2.Використання прийомів PR католицькою церквою.1.3.Геральдика як елемент PR рицарів та ремісників.1.4.Подієві засоби впливу на громадську думку (рицарські турніри, карнавали та інші театралізовані свята).3.Основні форми і засоби комунікаційного впливу на громадську думку у період Відродження і Нового часу.3.1.Чинники розвитку засобів PR та реклами у період відродження та Нового часу.3.2.Символічні та подієві аспекти впливу на громадську думку.3.3.Поширення друкарства та книгодрукування як чинник розвитку засобів масової інформації в європейських державах. Листки новин у Венеції (ХYст.), друкована газета (la Gazette) у Франції як інструменти інформування та переконання громадян.3.4.Створення Конгрегації пропаганди віри в ієрархії католицької церкви. Зародження пропаганди як засобу комунікаційного впливу. Розвиток релігійної та політичної полеміки.3.5.Політичні памфлети, фейлетони (пасквілі) як елементи політичної і релігійної боротьби та зразки журналістики. Діяльність просвітників-енциклопедистів.3.6.Розвиток засобів впливу на громадську думку у період буржуазних революцій. PR-діяльність Наполеона. Створення «Бюро контролю за громадською думкою». | Лекція з елементами дискусіїСемінарське заняття | Навчально-методичні матеріали, фліп-чарт | 1, 3, 8, 14, 31 | Виконання індивідуального завдання, підготовка презентації |  |
| **Тиж. 4.****4 акад. год.** | **Тема 4.** **Розвиток зав’язків з громадськістю у ХVIII- ХІХ ст.**1.Зародження основ професії паблік рілейшнз на північноамериканському континенті. 1.1.Інформаційні кампанії періоду боротьби за незалежність («Бостонське чаювання» (6 грудня 1773 р.), створення бостонської групи «Сини свободи» (1766), «Кореспондентських комітетів» (1775)).1.2.Публікація «Листів 85 федералістів» (1787-1788) А. Гамільтоном, Дж. Медісоном, Дж. Джеєм як перша політична кампанія по мобілізації громадської думки.2.Зв’язки з громадськістю в органах державної влади: діяльність прес-секретаря президента Е. Джексона Амоса Кендалла.3.Розвиток економічної конкуренції у США та зв’язки з громадськістю: паблісіті та прес-посередництво (Ф. Барнум та його стратегія «до біса громадськість»).4.Розвиток ЗМІ у Північній Америці. Становлення ЗМІ як четвертої влади.5.Розвиток зав’язків з громадськістю у Західній Європі. Міжнародні інформаційні кампанії ( Ф. де Лессепс). | Лекція та семінарське заняття з елементами дискусії та групової роботи | Навчально-методичні матеріали, фліп-чарт | 1, 2, 3, 8, 21,25, 31 | Написання есеПідготовка презентації |  |
| **Тиж. 5.****4 акад. год.** | **Тема 5.** Розвиток зв’язків з громадськістю у І пол. ХХ ст.1.Професіоналізація PR-діяльності у США.1.1.Перші- PR-агенства. Діяльність Айві Лі та Дж. Паркера. Зв’язки з громадськістю у бізнес-середовищі.1.2.Вивчення громадської думки (У. Ліппман, П. Лазарсфельд), обґрунтування психологічного підходу до процесу формування громадської думки.1.3.Е. Бернейс - теоретик і практик зав’язків з громадськістю.2.Перші спроби регулювання PR-діяльності: Декларація принципів Айві Лі та Шість принципів паблик рілейшнз Артура Пейджа.3.Розвиток урядового PR та пропаганди під час Першої світової війни. Комітет Дж. Криля.4.Розвиток зв’язків з громадськістю під час Великої депресії у США. 5.Зв’язки з громадськістю та інформаційна політика урядів європейських держав. | Лекція з елементами дискусіїСемінарське заняття | Навчально-методичні матеріали | 1, 2, 3, 8, 21, 25, 47 | Написання есеПідготовка презентацій |  |
| **Тиж. 6.****4 акад. год.** | **Тема 6.** Зв’язки з громадськістю у ІІ пол. ХХ сторіччя1.Зв’язки з громадськістю та пропаганда у Другій світовій війні.2.«Холодна війна» та пропаганда.3.Економічні передумови розвитку PR у США та Європі після Другої світової війни.4.Особливості розвитку PR у європейських країнах після Другої світової війни.5.Національні та міжнародні професійні об’єднання PR-спеціалістів.6.Глобалізація зв’язків з громадськістю. | Лекція з елементами дискусіїСемінарське заняття | Навчально-методичні матеріали | 1, 2, 3, 8, 21, 24, 30, 51 | Виконання індивідуальних завдань |  |
| **Тиж. 7.****4 акад. год.** | **Тема 7.** Процес зв’язків з громадськістю: системний, структурно-функціональний та інституційний аспекти1.Зв’язки з громадськістю як система. Теорія систем як основа планування та аналіз PR-діяльності.2.Структурно-функціональний підхід до зв’язків з громадськості. Процес PR.3.Основні етапи процесу PR та їх характеристика.4.Засоби PR.5.Регулятивно-правові аспекти становлення та функціонування зв’язків з громадськістю. 6.Нормативні інструменти регулювання PR-діяльності: право, професійна етика та цінності.. Взаємозв’язок формальних і неформальних норм регулювання PR-діяльності. | Лекція з елементами дискусії та групової роботиСемінарське заняття | ВідеоматеріалиНавчально-методичні матеріали. Фліп-чарт | 5,6,8, 9, 10, 13, 27, 35, 38, 39 | Виконання індивідуальних завдань, підготовка презентацій |  |
| **Тиж. 8.****4 акад. год.** | **Тема 8.** Комунікативно-лінгвістична природа зв’язків з громадськістю1.Комунікація як основа діяльності у зв’язках з громадськістю. Вплив теорій масової комунікації на становлення сучасних моделей PR.2.Сутність і структура комунікації. Принципи комунікації та їхнєвідображення у практиці PR.3.Типи комунікації у зв’язках з громадськістю.4.Ефекти комунікації. Теорії ефектів комунікації.5.Принципи взаємодії PR-структур та ЗМІ. Медіарілейшнз.6. Нові соціальні медіа, онлайн-журналістика в практиці сучасних зв’язків з громадськістю.7. Мова і дискурс у PR. Дискурсивні технології у практиці зв’язків з громалськістю.8.Використання фреймінгу в зв’язках з громадськістю.**Тема 9.** Психологічні основи зв’язків з громадськістюПлан1.Психологічні характеристики PR-діяльності в контексті її основних функцій.2.Використання психотехнологій у зв’язках з громадськістю. Механізми психологічного впливу в практиці PR: ідентифікація, наслідування, зараження, навіювання, стереотипізація, переконання та ін.3.Психологічні ефекти масового комунікаційного впливу у зв’язках з громадськістю.4.Психологічні механізми формування громадської думки.5.Емоції в практиках зв’язків з громадськістю та їхні функції. | Лекція з елементами дискусіїСемінарське заняття з колаборативними методиками | ВідеоматеріалиНавчально-методичні матеріалиФліп-чартВідеоматеріалиНавчально-методичні матеріалиФліп-чарт | 4,7, 8, 14, 19, 29, 34,46, 50, 5216,33, 44, 45, | Підготовка есе та презентацій, індивідуальні завданняПідготовка есе та презентацій, індивідуальні завдання |  |

Завідувач кафедри теорії та історії політичної науки Г.В. Шипунов