



Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Чернігівська політехніка»
*Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та
 адміністрування*
Кафедра маркетингу, PR-технологій та логістики

РОБОЧА ПРОГРАМА
БК 17 Сучасні PR-технології

ЗАТВЕРДЖУЮ
 Завідувач кафедри

Хоменко І.О.
 (підпис) (прізвище та ініціали)

«01» вересня 2025 р.

Розробник (-и): Лисенко І.В., доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики, к.е.н.
 (прізвище та ініціали, посада, науковий ступінь і вчене звання)

(підпис)

Робочу програму навчальної дисципліни обговорено на засіданні кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики

Протокол від «01» вересня 2025 р. № 10

Узгоджено з гарантом освітньої програми:

Шакун Н.В.
 (підпис) (прізвище та ініціали)

1. Загальна інформація про дисципліну.

Тип дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	українська
Рік навчання та семестр	3 рік навчання / 5 семестр ОПП «Аналітика суспільно-політичних процесів», першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Викладач (-і)	Лисенко Ірина Володимирівна, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики, кандидат економічних наук
Профайл викладача (-ів)	https://marketing.stu.cn.ua/pro-kafedru/sklad-of-kafedra1/item/1108-lisenko-irina-volodimirivna
Контакти викладача	lysenko_iren@stu.cn.ua

2. Анотація курсу. Сучасні PR-технології використовуються в усіх сферах життя суспільства, вони стали невід'ємним атрибутом сучасних економічних, політичних та соціально-культурних процесів, а етичні та інституційні аспекти PR діяльності є предметом постійних дискусій в українському суспільстві та ЗМІ. Тому вивчення теоретичних основ сучасних Public Relations, оволодіння практичними навичками застосування принципів та засобів PR є важливим елементом підготовки здобувачів вищої освіти.

3. Мета та завдання курсу.

Формування у здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня знань та практичних навичок використання сучасних технологій у сфері зв'язків із громадськістю, комплексного уявлення про сутність PR, про їх роль і вплив на економічні, політичні та соціальні процеси.

Основними завданнями курсу є:

- формування розуміння сфери зв'язків із громадськістю;
- розуміння особливостей управління PR;
- оволодіння технологіями PR;
- засвоєння головних понять, категорій, дій та процесів зв'язків PR;
- розуміння культурних, історичних та регіональних особливостей, що склалися в Україні та за її межами в області застосування та розвитку інструментів PR;
- ознайомлення з методикою та практикою роботи з основними групами громадськості та використанням різних інструментів комунікацій;
- вивчення методів здійснення досліджень та збирання інформації службами зв'язків з громадськістю;
- дослідження тенденцій ринку зв'язків з громадськістю;
- формування вміння використовувати набуті знання у практичній діяльності.

Під час вивчення дисципліни здобувач вищої освіти має набути або розширити загальні (ЗК) та спеціальні (фахові) (СК) компетентності передбачені освітньою програмою:

ЗК2. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями.

ЗК3. Здатність до пошуку та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК9. Здатність до міжособистісної взаємодії, здатність працювати в команді.

СК6. Здатність викладати міркування послідовно, логічно, систематично та аргументовано.

4. Результати навчання.

Здобувач має досягти або вдосконалити програмні результати навчання (ПРН) передбачені освітньою програмою:

ПРН12. Вміти викладати власні міркування послідовно, логічно, систематично та аргументовано.

ПРН13. Критично оцінювати власну позицію та знання, порівнювати і перевіряти отримані результати.

ПРН18. Ефективно працювати з інформацією: добирати необхідну інформацію з різних джерел, зокрема з фахової літератури та електронних баз, критично аналізувати й інтерпретувати її, впорядковувати, класифікувати й систематизувати.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен:

знати:

- теоретичні засади стратегії і тактики створення та реалізації різних типів комунікативних технологій;
- концептуальні технології зв'язків із громадськістю у сучасних умовах;
- головні прийоми співпраці з засобами масової комунікації та інформації;
- фундаментальні морально-етичні засади при використанні PR-технологій;
- поняття іміджу в PR та засоби створення іміджу;
- принципи організації спеціальних подій;

– основи антикризового PR: організаційні основи діяльності служб PR.

вміти:

- аналізувати економічні, соціокультурні й політичні наслідки застосування PR-технологій та застосовувати свої знання на практиці;
- розробляти та поширювати інформаційні матеріали в рамках PR-кампаній;
- застосовувати основні методи роботи із засобами масової комунікації та інформації;
- розробляти медіа-план PR-кампанії;
- визначати стратегічні цілі та мету кампанії зв'язків із громадськістю (в залежності від мети кампанії) у різних економічних та виробничих ситуаціях;
- аналізувати результати проведених PR-акцій.

5. Пререквізити. Передумовою для вивчення дисципліни є базові знання з дисципліни «Логіка».

6. Обсяг курсу.

Вид заняття	Загальна кількість годин
Лекції	16
Практичні заняття	14
Самостійна робота	60
Всього кредитів (годин)	3 (90)

Лекційні, практичні заняття, самостійна робота – з використанням платформи MS Teams, системи дистанційного навчання Moodle, відеоматеріалів, онлайн-курсів.

7. Тематика курсу.

Програма навчальної дисципліни включає наступні теми лекцій:

Змістовний модуль 1. Теоретичні аспекти сучасних PR-технологій

Тема 1. Вступ до сучасних PR-технологій

Історія виникнення та розвитку зв'язків з громадськістю як виду професійної діяльності та причини виникнення як окремої сфери діяльності; актуальність PR діяльності. Поняття PR. Об'єкт, предмет, функції маркетингових комунікацій. Основні цілі зв'язків з громадськістю, принципи PR діяльності, яких потрібно дотримуватись. Функції паблік рилейшнз. PR в житті суспільства. Вимоги ведення бізнесу в Україні за допомогою PR.

Тема 2. Специфіка PR у інформаційному середовищі

Створення інформаційного приводу. Специфіка роботи із засобами масової інформації. Види ЗМІ. Основні правила контактування з журналістами. Загальні рекомендації для інтерв'ю. PR у соціальних мережах. Базові принципи сучасного Networking. Просування контенту у мережах. Рекомендації для просування сторінки в Instagram.

Тема 3. PR в різних сферах діяльності

PR в економічній сфері. Основні напрями діяльності PR-служб у роботі з інвесторами. Фактори переконання цільових груп у фінансовій сфері. Використання PR технологій в політичній сфері. Інформаційно-комунікативне забезпечення політичного лідерства. Правила переконливого спілкування. Основні закони спілкування.

Тема 4. Алгоритм планування PR кампанії

Діагностування проблеми і проведення ситуативного аналізу із використанням методів збирання інформації. Визначення мети, Постановка завдань. Позитивні та негативні наслідки «мозкового штурму». Інформаційна модель та правила її оформлення. Планування PR-кампаній. Етапи і рівні оцінювання PR програм.

Змістовний модуль 2. Практичні аспекти сучасних PR-технологій

Тема 5. PR як сфера практично-прикладної діяльності

Основні напрями досліджень у PR. Методи збирання інформації в маркетингових дослідженнях у бізнес-PR. Неформальні методи збирання інформації: метод ділових контактів,

контакти з ключовими інформаторами, суспільні збори, консультаційні групи (комітети і ради), «Гарячі телефонні лінії», етнографічні дослідження. Етапи маркетингових досліджень у PR. Формальні методи збирання інформації. Аналіз досліджень проведених іншими організаціями, аналіз PR-кампаній конкурентів. Види заходів щодо реалізації зв'язків з громадськістю.

Тема 6. Практичні аспекти впровадження PR

Цілі створення PR служб. Вимоги, що висуваються до PR спеціалістів. Громадськість у сфері PR. Громадська думка і процес її формування. Групи громадськості за структурою. Рівні громадськості: загальний, потенційно-цільовий та цільовий.

Тема 7. Особливості PR в умовах війни

Суть та типологія криз: за походженням і наслідками: катастрофічні, воєнні, природні, навмисні, ненавмисні; за тривалістю розвитку криз: назріваючі та безперервні. Управління кризою, складові. Ознаки кризи. Типові помилки організацій в умовах кризи. Кроки організації щодо виходу з кризи. Комунікація в кризових ситуаціях. «Не замикатися» - основний принцип комунікації під час кризи. Чинники поширення чуток та стратегія боротьби з ними під час кризи.

Тема 8. Правове регулювання PR

Державні органи регулювання. Українське законодавство у сфері зв'язків з громадськістю. Професійні організації і об'єднання, що регулюють діяльність PR. Проблеми правового регулювання зв'язків з громадськістю.

Теми лекційних занять

№	Назва теми	Кількість годин
1	Вступ до сучасних PR-технологій	2
2	Специфіка PR у інформаційному середовищі	2
3	PR в різних сферах діяльності	2
4	Алгоритм планування PR кампанії	2
5	PR як сфера практично-прикладної діяльності	2
6	Практичні аспекти впровадження PR	2
7	Особливості PR в умовах війни	2
8	Правове регулювання PR	2
Разом		16

Теми семінарських (практичних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Основні цілі, принципи та функції сучасних Public relations	2
2	Технології просування контенту у мережах	2
3	Public relations у формальних та неформальних вербальних комунікаціях	2
4	Основні напрями діяльності PR-служб	2
5	Планування PR-кампаній	2
6	Основні напрями досліджень у PR	2
7	Прикладні аспекти PR	2
Разом		14

Самостійна робота

№	Назва теми	Години
1	Вступ до сучасних PR-технологій	7,5
2	Специфіка PR у інформаційному середовищі	7,5
3	PR в різних сферах діяльності	7,5
4	Алгоритм планування PR кампанії	7,5
5	PR як сфера практично-прикладної діяльності	7,5
6	Практичні аспекти впровадження PR	7,5
7	Особливості PR в умовах війни	7,5
8	Правове регулювання PR	7,5
Разом		60

8. Система оцінювання та вимоги.

Загальна система оцінювання курсу	Оцінювання результатів навчання ЗВО здійснюється за 100-бальною шкалою та шкалою ЄКТС відповідно до «Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань ЗВО НУ «Чернігівська політехніка» і включає: – поточний контроль – 90 балів (90%) (робота на практичному занятті – 25 балів, самостійна робота – 25 балів, неформальна освіта – 10 балів, модульні роботи – 10 балів, індивідуальна КР – 10 балів та презентація медіа-плану PR-кампанії 10 балів); – підсумковий контроль (диференційний залік) – 10 балів (10%). Мінімальна загальна кількість балів для отримання позитивної оцінки з дисципліни – 60 балів. Якщо здобувач вищої освіти виконав всі види робіт протягом семестру, то він, за бажанням, може залишити набрану кількість балів як підсумкову оцінку і не складати диференційований залік. Повторне складання заліку з метою підвищення позитивної оцінки не дозволяється. Семестровий контроль у вигляді диференційованого заліку проводиться під час сесії. Оцінка за результатами вивчення дисципліни формується шляхом додавання підсумкових результатів поточного контролю до оцінки за залік.
Умови допуску до підсумкового контролю	Здобувач вищої освіти допускається до підсумкового контролю у разі виконання всіх видів навчальної роботи, передбачених силабусом, та набрання мінімально необхідної кількості балів (50). В іншому випадку він буде мати академічну заборгованість, яку має право ліквідувати у порядку, передбаченому «Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань ЗВО НУ «Чернігівська політехніка».

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Модуль за тематичним планом дисципліни та форма контролю		Кількість балів
Змістовий модуль 1.		0...43
1	Виконання практичних робіт	0...28
2	Самостійна робота	0...5
3	Неформальна освіта (проходження онлайн-курсу та отримання сертифікату)	0...10
Змістовий модуль 2.		0...47
1	Виконання практичних робіт	0...21
2	Самостійна робота	0...5
3	Творче завдання	0...21
Усього поточний і проміжний модульний контроль		0...90
Семестровий контроль (залік)		0...10
Разом		0...100

Шкала оцінювання результатів навчання

Оцінка в балах	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою (диференційований залік)	
		для екзамену (диференційованого заліку), курсового проєкту (роботи), практики, атестації	для заліку
90 – 100	A (відмінно)	відмінно	зараховано
82-89	B (дуже добре)	добре	
75-81	C (добре)		
66-74	D (задовільно)	задовільно	
60-65	E (достатньо)		
0-59	FX (незадовільно)	незадовільно з можливістю повторного складання	незараховано з можливістю повторного складання

9. Обладнання та програмне забезпечення.

Лекційний матеріал подається у вигляді мультимедійних презентацій. Під час лекцій аналізуються кейси, організовується зворотний зв'язок з аудиторією шляхом формулювання запитань і стислих відповідей з обох сторін.

Під час практичних занять розглядаються теоретичні положення та їх практичне використання; обговорюються кейси.

При викладанні дисципліни використовуються такі методи навчання: інформаційно-ілюстративні, методи творчої діяльності, частково-пошукові із застосуванням:

- презентацій лекційного матеріалу за допомогою мультимедіа;
- розгляду кейсів;
- роботи в малих групах;

- роботи з Microsoft Whiteboard;
- роботи з ресурсами Mentimeter: Interactive presentation software, Canva;
- обговорення відео матеріалів.

10. Політики курсу.

У випадку, якщо здобувач протягом семестру не виконав у повному обсязі всіх видів навчальної роботи, має невідпрацьовані практичні роботи або не набрав мінімально необхідну кількість балів 50 балів він не допускається до складання іспиту під час семестрового контролю, але має право ліквідувати академічну заборгованість у порядку, передбаченому [«Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів НУ «Чернігівська політехніка»»](#). Повторне складання диференційованого заліку з метою підвищення позитивної оцінки не дозволяється. У випадку повторного складання заліку всі набрані протягом семестру бали анулюються, а повторний залік складається у вигляді тестування.

До загальної політики курсу відноситься дотримання принципів відвідування занять у відповідності до затвердженого розкладу, а також вільного відвідування лекційних занять для осіб, які отримали на це дозвіл відповідно до [«Порядку надання дозволу на вільне відвідування занять здобувачам вищої освіти НУ «Чернігівська політехніка»»](#). Запорукою успішного вивчення дисципліни є активність та залучення під час проведення практичних та лекційних занять – відповіді на запитання викладача (як один з елементів поточного контролю), задавання питань для уточнення незрозумілих моментів, вирішення практичних завдань. Консультації відбуваються в аудиторіях (якщо дозволить безпекова ситуація) або онлайн у відповідності до затвердженого розкладу НУ «Чернігівська політехніка».

Здобувачі вищої освіти мають право на визнання результатів навчання у неформальній та/або інформальній освіті відповідно до «Порядку визначення академічної різниці та визнання результатів попереднього навчання в Національному університеті «Чернігівська політехніка».

Політика дедлайнів

Своєчасність здачі практичної роботи оцінюється в 1 бал за кожну практичну роботу та 1 бал за кожну самостійну роботу. Своєчасність здачі розрахункової роботи оцінюється в 1 бал. Відповідно, максимальна оцінка за невчасно здані роботи зменшується на зазначену кількість балів. Виключенням може бути наявність поважних причин несвоєчасної здачі зазначених робіт (хвороба, участь в зазначений час в інших видах навчальної, наукової чи організаційної роботи, офіційна робота за фахом тощо).

Політика користування ноутбуками / смартфонами

Прохання до здобувачів тримати смартфони переведеними у беззвучний режим протягом лекційних та практичних занять, так як дзвінки, переписки та спілкування у соціальних мережах відволікають від проведення занять як викладача, так й інших здобувачів. Ноутбуки, планшети та смартфони не можуть використовуватися в аудиторіях під час занять та під час проведення підсумкового контролю (за виключенням проходження тестового контролю в системі Moodle).

Політика заохочень та стягнень

За результатами навчальної, наукової або організаційної діяльності здобувачів вищої освіти за курсом їм можуть нараховуватися додаткові бали до 10 балів, у залежності від вагомості досягнень. Види позанавчальної діяльності, за якими здобувачі вищої освіти заохочуються додатковою кількістю балів: участь у міжнародних проєктах, наукові дослідження, тези, участь у науково-практичних конференціях, винаходи, патенти, авторські свідоцтва за напрямками курсу.

Політика академічної доброчесності

Академічна доброчесність повинна бути забезпечена під час проходження даного курсу, зокрема при виконанні практичних, розрахункових робіт (принципи описані у [Кодексі академічної доброчесності НУ «Чернігівська політехніка»](#)). Списування під час проміжного та підсумкового контролів, виконання практичних завдань на замовлення, підказки вважаються проявами академічної недоброчесності. Від усіх слухачів курсу очікується дотримання академічної доброчесності у зазначених вище моментах. До здобувачів вищої освіти, у яких було виявлено порушення академічної доброчесності, застосовуються різноманітні дисциплінарні заходи

(включаючи повторне проходження певних етапів).

Правила перезарахування кредитів

Кредити, отримані в інших закладах вищої освіти, а також результати навчання у неформальній та/або інформальній освіті, можуть бути перезараховані викладачем у відповідності до положення [«Порядок визначення академічної різниці та перезарахування навчальних дисциплін у НУ «Чернігівська політехніка»»](#). Визнання результатів навчання у неформальній освіті розповсюджується на окремі змістові модулі (теми) навчальної дисципліни.

11. Рекомендована література.

1. Виноградова О. В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2022. (бібліотека)
2. Гвоздева А. А., Філіна О. В. Реклама у фейсбуку та інстаграмі. Книга-інструкція з налаштування рекламних кампаній та управління ними. ТОВ «Гнозіс». 2021. 292 с. (бібліотека)
3. Гвоздева А. А., Філіна О. В. Фейсбук та Інстаграм. Від створення сторінки до розвиненої спільноти за 30 днів. Книга-тренінг. ТОВ «Гнозіс». 2021. 292 с. URL: <https://ifsa.kiev.ua/vidannya/kniga-trenng-fejsbuk-ta-nstagram-ud-stvorenniya-stornki-dorozvineno-splnoti-za-30-dnv.html>. (бібліотека)
4. Калінін О.Ю. Потік клієнтів з FACEBOOK та INSTAGRAM. Як заробляти за допомогою соціальних мереж. Херсон: Олді Плюс, 2019. (бібліотека)
5. Машико Я. Посібник зі стратегії для соціальних медіа. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула. 2020. 304 с. (e-learning)