

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ІНСТИТУТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Кафедра міжнародних медіакомунікацій і комунікативних технологій

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Заступник директора Інституту
з науково-педагогічної роботи

«___» _____ 20__ року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МІЖНАРОДНА ПРАКТИКА PR

для студентів

галузь знань	29 міжнародні відносини
спеціальність	291 міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії
освітній рівень	магістр
освітня програма	Міжнародні комунікації
вид дисципліни	обов'язкова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2021/2022
Семестр	1
Кількість кредитів ECTS	3
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська__
Форма заключного контролю	залік

Викладач: Шевченко О.В.

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

КИЇВ – 2021

ВСТУП

1. Мета дисципліни – надання майбутнім фахівцям-міжнародникам ґрунтовних знань та практичних вмінь щодо прикладних аспектів технологій міжнародних зв'язків з громадськістю у всіх сферах суспільного життя для застосування набутих знань і практичних навичок у своїй практичній PR-діяльності.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:

1. *Знати:* основи зв'язків з громадськістю, основи теорії комунікацій, корпоративні комунікації, іміджологію
2. *Вміти:* визначати об'єкт та ціль комунікації, обирати канали та інструменти донесення інформації та способи отримання зворотного зв'язку
3. *Володіти елементарними навичками:* робота із комп'ютером, підготовка презентацій, грамотне письмо, формулювання та логічне викладення власної думки

3. Анотація навчальної дисципліни:

В рамках навчальної дисципліни «Міжнародна практика PR» розглядаються сучасні тренди міжнародних зв'язків з громадськістю, способи комунікативної взаємодії з різними групами міжнародної громадськості в тому числі із застосуванням традиційних та новітніх медіа, особливості міжнародного та національного ринку PR. Особливе місце займає розгляд та аналіз питань та практичних кейсів, що стосуються етики та регулювання діяльності із зв'язків з громадськістю на національному та міжнародному рівні, а також прикладних аспектів роботи PR-фахівця в національному та міжнародному контексті.

4. Завдання (навчальні цілі). Навчальна дисципліна «Міжнародна практика PR» сприяє формуванню й поглибленню у здобувачів компетентностей та програмних результатів навчання відповідно до освітньо-наукової програми «Міжнародні комунікації» спеціальності 291 - міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії, зокрема:

ЗК7. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК8. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК9. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ФК3. Здатність аргументувати вибір шляхів вирішення завдань професійного характеру у сфері міжнародних відносин, суспільних комунікацій та регіональних студій, критично оцінювати отримані результати та обґрунтовувати прийняті рішення.

ФК16. Здатність використовувати стратегії, методи і засоби управління комунікаціями на міжнародному, регіональному, державному та корпоративному рівнях.

ФК17. Поглиблені знання механізмів формування і управління іміджем і репутацією акторів міжнародних відносин.

5. Результати навчання за дисципліною:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання	Відсоток у підсумк овій оцінці з дисципл іни
Код	Результат навчання			
1.1	сучасні комунікаційні тренди при реалізації рг-кампаній, комунікативні особливості впливу на різні групи міжнародної громадської думки	Лекція, семінар-практикум	Усні опитування на семінарах, якість відповіді під час індивідуального виступу, оцінка участі в обговоренні	10
1.2	Правила етики в міжнародних комунікаціях, способи визначення і комунікативних взаємодії із лідерами думок організації	Лекція, семінар-практикум, презентація	Оцінка відповіді і якість презентації під час індивідуального виступу	10
1.3	Особливості національного та міжнародного ринку рг, специфіку роботи рг-фахівця в міжнародному та національному контексті	Лекція, семінар-практикум, аналіз кейсів, індивідуальні та групові презентації	Модульна контрольна робота, оцінка виступу і якості презентації виконаного завдання, оцінка виступу і якості презентації по кейсу	10
2.1	для поставленої задачі збирати, систематизувати та аналізувати інформаційний матеріал, пов'язаний з реалізацією національних та міжнародних рг-проектів	Семінарські заняття, практичні завдання	Оцінювання активності і участі в дискусіях, оцінка якості виконання завдання та його презентації на занятті	10
2.2.	вибирати та застосовувати методи комунікативної взаємодії, новітні та традиційні медіа	Семінарські заняття, практичні завдання	Оцінювання активності і участі в дискусіях, якість відповіді під час індивідуального виступу	10
2.3.	Готувати та адаптувати міжнародні рг проекти відповідно до національної специфіки	Семінарські заняття, практичні завдання, кейс-стаді, рольові ігри	Модульна контрольна робота, якість відповіді під час виступу, оцінка участі у рольових іграх	15
3.1.	Брати участь у обговоренні практичних ситуацій щодо реалізації конкретних рг завдань організації та визначенні способів ефективного застосування сучасних комунікативних технологій, національних та міжнародних медіа	Семінарські заняття, предметні дискусії, обговорення практичних ситуацій	Оцінювання активності і участі в дискусіях, якість виступів і доповнень	10

4.1	Приймати рішення про застосування комунікативних технологій і медіа у міжнародних рг-комунікаціях	Семінарські заняття, Самостійний пошук кількісної та якісної інформації про конкретні ксв-проекти	Оцінювання активності і участі в дискусіях, якість виступів і доповнень	10
4.2	Свідомо демонструвати етичну поведінку із дотриманням положень кодексів професійної тики при реалізації рг проектів	Семінарське заняття, індивідуальне письмове завдання з аналізом практичних даних щодо ксв-практик вітчизняних та іноземних організації	Оцінювання активності і участі в дискусіях, якість написання індивідуальної роботи, якість і відповідність зібраних даних, наявність власних обґрунтованих висновків та рекомендацій, якість оформлення роботи, залік	15

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

Результати навчання дисципліни	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2.	2.3	3.1	4.1	4.2
	Програмні результати навчання								
ПРН6. Знати сучасні комунікативні технології та аналізувати особливості їх використання державними і недержавними акторами міжнародних відносин	+	+	+			+			
ПРН7. Знати і розуміти технології формування іміджу і репутації акторів міжнародних відносин	+		+		+		+		
ПРН13. Розробляти та реалізовувати проекти прикладних досліджень міжнародних відносин, зовнішньої та світової політики		+	+	+	+	+			+
ПРН19. Аналізувати і оцінювати ефективність використання зв'язків з громадськістю (PR), публічної дипломатії, інформаційних операцій суб'єктами міжнародних відносин				+	+		+	+	+
ПРН20. Розробляти стратегії комунікації для різних акторів міжнародних відносин, в тому числі у контексті створення позитивного іміджу і репутації.		+	+	+	+	+		+	+

7. Схема формування оцінки:

7.1. Форми оцінювання студентів:

- семестрове оцінювання

Активність і якість виступів, доповідей на семінарах, участь у дискусіях, якість підготовлених презентацій, активність в ході обговорення кейс-стаді та предметних дискусій – до 30 балів, пороговий рівень позитивної оцінки – 20 балів. Робота на семінарах проводиться в тому числі із використанням можливостей системи дистанційного навчання Teams.

Підсумкова модульна контрольна робота (проводиться у формі онлайн-тесту на платформі Moodle) – до 35 балів (пороговий рівень позитивної оцінки – 20 балів)

Виконання індивідуальної письмової роботи (1 робота) – до 35 балів (пороговий рівень позитивної оцінки – 20 балів). Письмові роботи приймаються у визначені терміни через платформу Moodle.

- підсумкове оцінювання

Дисципліна завершується заліком. Залікова оцінка обчислюється як проста сума балів, отриманих студентом впродовж семестру.

У випадку, якщо студент з поважних причин, підтверджених документально (хвороба, відрадження, форс мажорні обставини тощо), за результатами поточного (модульного) контролю не набрав мінімуму балів, необхідних для отримання позитивної оцінки, то йому надається можливість складання пройденого матеріалу для отримання необхідної кількості балів прохідного мінімуму. Для цього йому потрібно виконати невідпрацьовані завдання / теми і здати їх у письмовому вигляді.

В такому випадку оцінювання відпрацювання студента та презначі ним МКР здійснюються у відповідності до «Порядку оцінювання знань студентів при кредитно-модульній системі організації навчального процесу» в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка від 2010 р.

	<i>Min. – 60</i>	<i>Max. – 100</i>
Доповідь на семінарі та участь у дискусії	20	30
Модульна контрольна робота	20	35
Виконання індивідуальної роботи	20	35

7.2. Організація оцінювання. Практично-орієнтовані завдання виконуються студентами під час підготовки до семінарів та презентуються на семінарських заняттях в тому числі із використанням можливостей системи дистанційного навчання Teams. МКР проводяться у формі онлайн-тесту на платформі Moodle за темами відповідного модулю.

Залік виставляється за результатами роботи студента впродовж усього семестру і не передбачає додаткових заходів оцінювання для успішних студентів.

7.3. Шкала відповідності оцінювання

За національною шкалою	За 100 – бальною шкалою
Зараховано / Passed	60-100
Не зараховано / Fail	0-59

**СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЗАНЯТЬ**

<i>№ теми</i>	<i>Назва теми</i>	Кількість годин		
		лекції	семіна рські	Сам. робота
1	Сучасні тренди в міжнародних комунікаціях. Сучасні техніки збору інформації та генерування контенту	2	2	5
2	Теорія поколінь, інформаційні потреби та специфіка комунікативного впливу на цільові аудиторії різних поколінь	2	2	5
3	Trust & Transparency в PR-комунікаціях	2	2	7
4	Етичні засади PR діяльності. Національне та міжнародне регулювання в PR	2	2	7
5	Прикладні аспекти роботи PR-фахівця. Організація PRслужби. Робота PR-агентства	2	2	7
6	Міжнародний контекст PR-діяльності	2	2	7
7	Національний та міжнародний ринок PR	2	2	7
8	Модульна контрольна робота.	2		15
<i>Всього годин 90, з них:</i>		16	14	60

Загальний обсяг **90 год.**, в тому числі:

Лекцій – **16 год.**

Семінари– **14 год.**

Самостійна робота – **60 год.**

ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ

1. Охарактеризувати сучасні тенденції розвитку інституту PR.
2. Визначити та охарактеризувати сучасні комунікативні тренди.
3. Охарактеризувати нові технології створення інформації, показати їх застосування в комунікативних кампаніях та вплив на думку та поведінку цільової аудиторії.
4. Показати специфіку новітніх ЗМІ та використання потенціалу соціальних мереж в реалізації PR-кампаній.
5. Охарактеризувати теорію поколінь, визначити характерні особливості кожного покоління
6. Показати інформаційні потреби кожного покоління та способи комунікативного впливу (переконання) при реалізації PR-кампаній
7. Охарактеризувати рівень довіри в США та країнах ЄС до основних соціальних інститутів згідно з дослідженням Trust Barometer - 2020. Показати динаміку порівняно з попередніми роками.
8. Порівняти як змінився рівень довіри в Україні до уряду, бізнесу, медіа, НДО згідно з дослідженням Trust Barometer – 2013 та у 2020 році. Показати як це враховується при плануванні і реалізації національних PR-кампаній.
9. Охарактеризувати динаміку актуальних питань довіри в комунікаціях згідно з дослідженням Trust Barometer в 21 столітті. Визначити які події вплинули на рівень довіри, показати як це було враховано в PR-комунікаціях.
10. Охарактеризувати складові матриці «довіра-прозорість» та показати комунікативні способи покращення відносин із партнерами.
11. Визначити та охарактеризувати принципи та рівні етичної поведінки PR-фахівця при виконанні його професійних обов'язків.
12. Коротко охарактеризувати національне законодавство, що регламентує роботу PRфахівця. На прикладі з національної практики показати застосування законодавчих норм щодо недобросовісних PR-фахівців.
13. Охарактеризувати основні положення національних та міжнародних кодексів професійної поведінки PR-фахівців. Показати діяльність національних та міжнародних регуляторів PR-ринку.
14. Охарактеризувати основні посадові обов'язки PR-фахівців на різних рівнях службової ієрархії. Показати відмінності у організації PR-служби та специфіку обов'язків PRспеціалістів в корпораціях, державних установах, міжнародних організаціях.
15. Охарактеризувати світовий ринок PR-агентств та ринок PR-агентств в Україні.
16. Показати особливості взаємодії PR-відділу із PR-агентством, охарактеризувати складові та етапи такої взаємодії.
17. Показати особливості роботи PR-агентства. Охарактеризувати українську та міжнародну практику організації PR-тендерів.
18. Показати специфіку визначення пріоритетних груп міжнародної громадськості та комунікативної взаємодії із міжнародною громадською думкою.

19. Охарактеризувати основних учасників національного PR ринку, показати основні тенденції розвитку українського ринку PR.
20. Охарактеризувати основні складові міжнародного PR ринку, показати тенденції розвитку та їх взаємодію.
21. Показати які PR-технології міжнародних учасників ринку PR є ефективними в національній PR-практиці.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

Основна

1. Катлип Скотт М., Сентер Аллен Х., Брум Глен М. Паблік рилейшенз. Теория и практика — <https://www.twirpx.com/file/187967/> Дата звернення: 1.03.2021
2. Комуникативні тренди міжнародних відносин. Монографія – К. : Центр вільної преси, 2016. – 614 с. 3. Зовнішньополітичні комуникативні технології. Підручник. – К. : Центр вільної преси, 2016. – 416 с.
3. Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика. Підручник – К.: Бізнесполіграф, 2011. – 464с.
4. Dennis L. Wilcox, Phillip H. Ault, Warren K. Agee, Glen T. Cameron Essentials of Public Relations - <https://www.litmir.me/br/?b=282893> Дата звернення: 1.03.2021
5. Стратегічні комунікації. Підручник. – К. : Вадекс, 2019. – 446 с.
5. David Meerman Scott The New Rules of Marketing & PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly Paperback - <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9781119172499> Дата звернення: 1.03.2021
6. Global communication, international affairs and the media - <http://blogs.unpad.ac.id/teddykw/files/2012/06/Global-Communications-International-Affairsand-the-Media.pdf> Дата звернення: 1.03.2021
7. Lee Chin-Chuan Internationalizing “International Communication” - <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/24034/1006099.pdf?sequence=1&isAll owed=y> Дата звернення: 1.03.2021

Додаткова

1. Зачем за нами следят в соцсетях и кто продает наши данные? Большое интервью про Big Data с Артуром Хачуяном - <https://www.youtube.com/watch?v=LZlpsq1YyBg> Дата звернення: 1.03.2021
2. Маркони Джо PR. Полное руководство - http://htbiblio.yolasite.com/resources/markoni_PR.pdf Дата звернення: 1.03.2021
3. О.В.Шевченко Основи PR-практики (прикладний аспект): Посібник – К.: Центр вільної преси, 2007. – 157 с.
4. О.В.Шевченко, Г.В.Шевченко Оцінка ефективності PR-діяльності: Антологія - К.: Центр вільної преси, 2007. – 234 с.
5. Самые успешные кампании в мировой ПР-практике - <http://parksgt.tsu.ru/upload/iblock/901/901abcea22bd8d05c187d96a10063a82.pdf> Дата звернення: 1.03.2021
6. Стратегічне партнерство в міжнародних відносинах. Монографія – К. : Вадекс, 2018. – 542 с.
7. Теория поколений X, Y, Z, беби-бумеров, альфа, их ключевые особенности и различия - <https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/> Дата звернення: 1.03.2021

8. Украинский рынок PR на современном этапе: между стратегией и тактикой - <https://sostav.ua/publication/ukrainskij-rynok-pr-na-sovremennom-etape-mezhdu-strategiej-itaktikoj-82979.html> Дата звернення: 1.03.2021
9. Шамис Е. Теория поколений - <https://www.youtube.com/watch?v=h-NbuV3Owkk> Дата звернення: 1.03.2021
10. Шевченко О.В. Державний брендинг в міжнародних відносинах – Навчальний посібник – К., ІМВ. – 2011. – 152 с.
11. Шевченко О.В. GR та лобі технології в міжнародних відносинах – Навчальний посібник – К., ІМВ. – 2011. – 185 с.
12. 14 of the Best Public Relations Examples to Inspire Your Next Campaign - <https://blog.hubspot.com/marketing/public-relations-examples> Дата звернення: 1.03.2020
13. Edelman Trust Barometer 2021- <https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2021-03/2021%20Edelman%20Trust%20Barometer.pdf> Дата звернення: 23.07.2021
14. Edelman TrustBarometer 2020- https://cdn2.hubspot.net/hubfs/440941/Trust%20Barometer%202020/2020%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report.pdf?utm_campaign=Global:%20Trust%20Barometer%202020&utm_source=Website Дата звернення: 1.06.2020
15. <http://www.sostav.ua> - спеціалізований ресурс, що містить розгорнуту інформацію про різні сегменти міжнародного ринку PR. Дата звернення: 1.03.2021
16. <https://creativity.ua/> - ресурс про креативні комунікаційні проекти Дата звернення: 1.03.2021
17. <https://mmr.ua/> - інформаційний ресурс про новини ринку комунікацій з кейсами та інтерв'ю PR-спеціалістів Дата звернення: 1.03.2021
18. <https://www.prmoment.com/pr-research> - дослідження ринку PR, соціальних мереж, внутрішніх ПР Дата звернення: 1.03.2021
19. <https://www.prweek.com/uk/showcase> - міжнародний ресурс й кейси з міжнародних PR Дата звернення: 1.03.2021
20. <https://www.publicrelationstoday.com/case-study/> - кейси з міжнародних зв'язків з громадськістю Дата звернення: 1.03.2021
21. PR Case Studies - <https://prcouncil.net/resource/pr-case-studies/> Дата звернення: 1.03.2021
22. PR:TECH The Future Of Technology In Communication - <https://assets.uscannenber.org/docs/2019-global-communications-report.pdf> Дата звернення: 1.03.2021
23. The “IPRA Code of Conduct” - <https://www.ipra.org/member-services/code-of-conduct/> Дата звернення: 1.03.2021
24. The changing face of executive reputation: IPRA gold paper №18 - <https://www.ipra.org/static/pdfs/IPRA-Gold-Paper-18.pdf> Дата звернення: 1.03.2021
25. World Reports 2008 – 2020 (ICCO) - <https://iccopr.com/services/world-reports/worldreports-2008-2019/> Дата звернення: 1.03.2021