Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка
Навчально-науковий інститут історії, права та міжнародних відносин
Кафедра всесвітньої історії, міжнародних відносин та методики навчання історичних дисциплін

**ЗАТВЕРДЖУЮ**
Директор НН інституту історії, права та міжнародних відносин
_____ Олександр ЖУКОВ
«28» серпня 2025 р.

# РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ

**Галузь знань 29 Міжнародні відносини**
**Спеціальність 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії**
**Освітньо-професійна програма Міжнародні відносини**

**Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти**
**Мова навчання** українська

Погоджено науково-методичною комісією НН інституту історії, права та міжнародних відносин
«28» серпня 2025 р.
Голова Світлана МОЦАК,
кандидат педагогічних наук, доцент
_____

Суми – 2025

Розробник:

**Ціватий В.Г.,** кандидат історичних наук, доцент кафедри всесвітньої історії, міжнародних відносин та методики навчання історичних дисциплін

Робоча програма розглянута і схвалена на засіданні кафедри всесвітньої історії , міжнародних відносин та методики навчання історичних дисциплін
Протокол № 1 від «27» серпня 2025 р.

Завідувач кафедри

**Моцак С.І.,** к. пед. н., доцент, завідувач кафедри всесвітньої історії , міжнародних відносин та методики навчання історичних дисциплін

**Опис навчальної дисципліни**

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Освітній ступінь</td><td>Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма навчання</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Кількість кредитів – 4<br>(у 8-му семестрі –<br>4 кредити)</td><td rowspan="13">Освітній рівень: бакалавр</td><td>Вибіркова</td></tr>
<tr><td>Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>IV-й</td></tr>
<tr><td>Семестр</td></tr>
<tr><td rowspan="12">Загальна кількість годин – 120 год.</td><td>8</td></tr>
<tr><td>Лекції</td></tr>
<tr><td>10 год.</td></tr>
<tr><td>Практичні, семінарські</td></tr>
<tr><td>14 год.</td></tr>
<tr><td>Лабораторні</td></tr>
<tr><td>-</td></tr>
<tr><td>Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>96 год.</td></tr>
<tr><td>Консультації:</td></tr>
<tr><td>0 год.</td></tr>
<tr><td>Вид контролю: залік</td></tr>
</table>

## 1. Мета вивчення навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна **«Паблік рилейшнз»** входить до переліку вибіркових компонентів освітньо-професійної програми (цикл професійної підготовки) спеціальності 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії з акцентом на вивченні теоретичних і практичних аспектів комунікації та сучасної дипломатії, специфічних галузей дипломатії, а також міжнародно-політичних і дипломатичних практик діяльності міжнародних інституцій, дипломатичного інструментарію і моделей дипломатії держав іноземних держав і України. Паблік рилейшнз (Public Relations), або зв'язки з громадськістю – одна з найбільш швидко зростаючих сфер маркетингових комунікацій. Враховуючи майже столітню історію існування в США, в Україні ПР сьогодні впевнено завойовує позиції в різних напрямках життєдіяльності суспільства. Подальший розвиток паблік рилейшнз як галузі знань і сфери практичної діяльності об'єктивно визначений становленням економічних і політичних інститутів у нашій країні.

**Актуальність курсу «Паблік рилейшнз»** зумовлена необхідністю вивчення теорії та практики дипломатії держав світу і, зокрема – України в історичній ретроспективі, сьогоденні й перспективі. Курс є важливою складовою підготовки фахівців у галузі міжнародних відносин, зокрема з таких питань, як забезпечення функціонування дипломатії, особливостей специфічних галузей дипломатії, дієвості дипломатичного інструментарію та ефективних моделей дипломатії, інформаційне, аналітичне і практичне забезпечення реалізації зовнішньополітичного курсу та дипломатичної діяльності держав світу і України.

У процесі навчання вивчається фахова та монографічна література, видання, які сприяють поглибленому розумінню суті та теоретичних основ зв'язків з громадськістю, досліджуються практичні ситуації, які мають місце в практиці роботи в галузі зв'язків з громадськістю, зокрема, проведення досліджень громадської думки, проведення прес-конференцій, публічних виступів, виступів у пресі та проведення кампаній у засобах масової інформації.

**Предметом навчальної дисципліни «Паблік рилейшнз»** є діяльність зовнішньополітичних відомств і дипломатичних служб тих держав і державних утворень, які існували в різні епохи на території як України, так і держав світу, а також вивчення специфіки і особливостей специфічних галузей дипломатії, міжнародно-політичного забезпечення сприятливих зовнішніх умов для процесів державотворення й модернізації держав, моделей і дипломатичних практик держав світу.

**Метою курсу «Паблік рилейшнз»** є вивчення концептуальних засад дипломатії, специфічних галузей дипломатії, моделей дипломатії і дипломатичної практики щодо забезпечення національних інтересів держав в міжнародних відносинах, а також розвиток у здобувачів вищої освіти розуміння глобальних і регіональних тенденцій світового розвитку, ознайомлення здобувачів із практикою налагодження й застосування дипломатичних контактів (переговорів, конференцій, самітів на вищому рівні тощо) для вирішення українського питання, персональним внеском окремих вітчизняних державно-політичних діячів у світову політику й дипломатичні зносини. Також є ознайомлення студентів з базовими основами

інформаційно-комунікаційної діяльності та забезпечення державної служби, дипломатичної служби, бізнес-структур зв'язками із громадськістю.

Сформувати у студентів набір базових знань про систему зв'язків з громадськістю в інституції (МЗС України, державні органи, бізнес структури, ЗВО, медіа та ін); вивчити загальні практичні механізми та інструменти паблік рилейшнз і розглянути основні вимоги до персоналу відповідної структури або служби; ознайомити студентів з основними поняттями, категоріями та принципами зв'язків з громадськістю як науки; навчити використовувати інструментарій паблік рилейшнз в практичній діяльності експерта у сфері міжнародних відносин, державної служби і бізнесу, необхідних для професійної роботи в міжнародному середовищі, ефективної імплементації національних інтересів держави у сфері міжнародних відносин, міжнародної інформації та міжнародної комунікації.

**Основними завданнями вивчення курсу є:**

− ознайомлення здобувачів із категорійно-понятійним апаратом курсу «Паблік рилейшнз»;

− формування у фахівців у галузі міжнародних відносин розуміння базових засад дипломатії, специфічних галузей дипломатії, специфічних особливостей та практики дипломатичної діяльності, завдань, структури та принципів функціонування дипломатичних представництв і служб різних держав світу. Це є необхідною передумовою ефективної роботи у сферах зовнішньої та міжнародної інформаційної політики, процесах глобальної та регіональної комунікації, інформаційно-аналітичного забезпечення та імплементації зовнішньополітичної стратегії держави в межах України і за кордоном;

− формування теоретичних знань і практичних навичок дипломатичної діяльності, особливостей дипломатичного протоколу і церемоніалу, необхідних для професійного представництва та захисту національних інтересів держави в повсякденній роботі у сфері міжнародних відносин і міжнародної комунікації – міжнародних форумах, конференціях, симпозіумах, переговорах, наукових дискусіях, формальних і неформальних зустрічах із закордонними, і не тільки закордонними, колегами;

− ознайомлення студентів з становленням і сучасним станом розвитку зовнішньополітичних служб, цілями та пріоритетами зовнішньої політики та дипломатії України, нормативно-правовою базою та основними напрямами формування нової системи зовнішньополітичної служби, правами та повноваження основних áкторів системи: Президента, Кабінету Міністрів, Ради національної безпеки та оборони, Міністерства закордонних справ та дипломатичного корпусу у формуванні та імплементації зовнішньополітичної стратегії держави;

− вивчення особливостей становлення моделей дипломатії держав світу як суб'єктів сучасних міжнародних відносин, а також місце сучасної моделі дипломатії України в сучасних міжнародних відносинах, основні принципи та напрями зовнішньої політики України, становлення та розвиток міжнародних стосунків України з іншими державами світу, діяльність України у міжнародних та регіональних організаціях (міжнародних інституціях);

− збагачення здобувачів вищої освіти знанням кращих традицій і повчальних практичних уроків світової та вітчизняної дипломатії, зовнішньополітичної та

дипломатичної діяльності держав світу та України, підготовка їх до роботи в державних органах, інших структурах з реалізації й захисту дипломатичними засобами національних інтересів України у світі;

− допомога здобувачам в усвідомленні значимості теорії та практики дипломатії в забезпеченні процесу розроблення і здійснення зовнішньополітичного курсу держав світу та України;

− формування національної самосвідомості, становлення професійного мислення здобувачів у сфері міжнародних відносин і практичної дипломатії;

− формування у здобувачів уміння використовувати політико-дипломатичну та історичну інформацію в майбутній фаховій роботі;

− формування у здобувачів вищої освіти категорійно-понятійного апарату щодо концептів «дипломатія», «зовнішня політика» і «міжнародні відносини», а також професійних компетентностей з таких напрямів як: зміст основних понять, принципи та функції сучасної дипломатії; етапи історичної еволюції дипломатії, сучасний стан та особливості дипломатії в епоху глобалізації та інформатизації; структуру, принципи організації та основні напрямки діяльності дипломатичних представництв провідних країн та регіонів світу; принципи організації дипломатичної служби, дипломатичні пріоритети та привілеї, особливості протоколу та церемоніалу; цілі та пріоритети зовнішньої політики та дипломатії України, нормативно-правову базу дипломатичної служби України, механізм прийняття рішень в дипломатичній діяльності; основні цілі та тенденції розвитку сучасної дипломатії на перспективу;

− формування практичних навичок і професійних компетентностей щодо реалізації професійної представницької та дипломатичної діяльність у сфері міжнародних відносин і міжнародної комунікації, у тому числі на міжнародних форумах, конференціях, симпозіумах, переговорах, дискусіях, формальних і неформальних зустрічах з закордонними, і не тільки закордонними, колегами; отримувати необхідну інформацію з використанням сучасних дипломатичних методів та комунікаційних технологій, застосовувати набуті знання у своїй фаховій діяльності у сфері міжнародних відносин.

Навчальна дисципліна спрямована на формування визначеної освітньо-професійною програмою **інтегральної компетентності:**

**ІК.** Здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері міжнародних відносин, суспільних комунікації та регіональних студій, зовнішньополітичної діяльності держав, міжнародних взаємодій між державами, міжнародними організаціями та недержавними акторами, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов та передбачає застосування теорій суспільних наук та спеціальних наукових методів дослідження проблем міжнародних відносин.

Навчальна дисципліна спрямована на формування таких визначених освітньо-професійною програмою **загальних компетентностей:**

**ЗК1.** Здатність реалізовувати свої права і обов’язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України.

**ЗК2.** Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі і знань про природу і суспільство, та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

**ЗК3.** Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

**ЗК4.** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

**ЗК5.** Здатність працювати в міжнародному контексті.

**ЗК6.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

**ЗК7.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

**ЗК8.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

**ЗК12.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

Навчальна дисципліна спрямована на формування таких визначених освітньо-професійною програмою **спеціальних (фахових) компетентностей спеціальності:**

**СК1.** Здатність виокремлювати ознаки та тенденції розвитку, розуміти природу, динаміку, принципи організації міжнародних відносин, суспільних комунікацій та/або регіональних студій.

**СК2.** Здатність аналізувати міжнародні процеси у різних контекстах, зокрема політичному, безпековому, правовому, економічному, суспільному, культурному та інформаційному.

**СК3.** Здатність оцінювати стан та напрями досліджень міжнародних відносин та світової політики у політичній, економічній, юридичній науках, у міждисциплінарних дослідженнях.

**СК4.** Здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі і практичні проблеми у сфері міжнародних відносин, зовнішньої політики держав, суспільних комунікацій, регіональних досліджень.

**СК5.** Здатність аналізувати вплив світової економіки, міжнародного права та внутрішньої політики на структуру й динаміку міжнародних відносин та зовнішньої політики держав.

**СК7.** Здатність аналізувати міжнародні інтеграційні процеси у світі та на Європейському континенті, та місце в них України.

**СК8.** Усвідомлення національних інтересів України на міжнародній арені.

**СК9.** Здатність застосовувати знання характеристик розвитку країн та регіонів, особливостей та закономірностей глобальних процесів та місця в них окремих держав для розв’язання складних спеціалізованих задач і проблем.

**СК10.** Здатність аналізувати структуру та динаміку міжнародних суспільних комунікацій, виявляти їх вплив на міжнародну систему, державні та суспільні інститути.

**СК11.** Здатність аналізувати природу та еволюцію міжнародних організацій, їх місця у системі міжнародних відносин, основних форм та перспектив співпраці України з ними.

**СК14.** Здатність розуміти закономірності розвитку та самостійно аналізувати ситуацію в країнах і регіонах світу на основі інформації політичного, історичного,

економічного, культурного, правового характеру із застосуванням міждисциплінарних та наукових методів досліджень міжнародних відносин.

**СК15.** Здатність здійснювати фахову діяльність з дотримання етично-протокольних норм та врахуванням етнокультурних особливостей національної дипломатії країн світу.

## 2. Передумови для вивчення дисципліни

Навчальна дисципліна **«Паблік рилейшнз»** входить до переліку обов'язкових компонент освітньо-професійної програми. Дисципліна спирається на вивчення таких навчальних курсів, як «Українська діаспора в міжнародних відносинах», «Теорія міжнародних відносин», «Публічне мовлення і міжкультурна комунікація», «Теорія і практика дипломатії», «Дипломатичний протокол та етикет», «Дипломатія іноземних держав», «Теорія і практика переговорів», «Дипломатична і консульська служба», «», «Службове та дипломатичне листування»,. Знання, отримані в результаті вивчення курсу «Паблік рилейшнз» можуть бути використані надалі під час вивчення дисциплін: «Міграція та гуманітарний вимір міжнародних відносин», «Міжнародний та національний туризм у сфері міжнародних відносин», «Англійська мова», «Зовнішня політика і публічна дипломатія України», «Виробнича (переддипломна) практика».

## 3. Результати навчання за дисципліною

Для засвоєння дисципліни **«Паблік рилейшнз»** здобувачі вищої освіти мають знати визначальні тенденції світової історії та історії України, категорії теорії держави і права, історії та теорії міжнародних відносин, дипломатичної та консульської служби, української та світової дипломатії. У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути такі результати навчання:

**ПРН01.** Знати та розуміти природу міжнародних відносин та регіонального розвитку, еволюцію, стан теоретичних досліджень міжнародних відносин та світової політики, а також природу та джерела політики держав на міжнародній арені і діяльності інших учасників міжнародних відносин.

**ПРН02.** Знати та розуміти природу та динаміку міжнародної безпеки, розуміти особливості її забезпечення на глобальному, регіональному та національному рівні, знати природу та підходи до вирішення міжнародних та інтернаціоналізованих конфліктів.

**ПРН04.** Знати принципи, механізми та процеси забезпечення зовнішньої політики держав, взаємодії між зовнішньою та внутрішньою політикою, визначення та реалізації на міжнародній арені національних інтересів держав, процесу формування та реалізації зовнішньополітичних рішень.

**ПРН15.** Розуміти та застосовувати для розв'язання складних спеціалізованих задач міжнародних відносин, суспільних комунікацій та регіональних студій чинне законодавство, міжнародні нормативні документи і угоди, довідкові матеріали, чинні стандарти і технічні умови тощо.

**ПРН16.** Розуміти та відстоювати національні інтереси України у міжнародній діяльності.

Результатом вивчення дисципліни **«Паблік рилейшнз»** має стати сформоване уявлення про суть. теоретичні основи сучасні практики ПР, розуміння професійних вимог до фахівця у сфері ПР, уміння використовувати практичні інструменти зв'язків з громадськістю у сфері міжнародних відносин, працювати із засобами масової інформації при проведенні комунікаційної політики, організовувати спеціальні заходи, які проводяться у цій сфері. Викладення матеріалу здійснюється з врахуванням напряму підготовки та спеціалізації здобувачів вищої освіти Університету

## 4. Критерії оцінювання результатів навчання

### Розподіл балів

<table>
<tr><td colspan="14">Поточний контроль</td><td rowspan="2">Разом</td><td rowspan="2">Сума</td></tr>
<tr><td colspan="12">РОЗДІЛ 1. РОЗДІЛ 2.</td><td>Лекції</td><td>ІНДЗ</td></tr>
<tr><td>Т.1</td><td>Т.2</td><td>Т.3</td><td>Т.4</td><td>Т.5</td><td>Т.6</td><td>Т.7</td><td>Т.8</td><td>Т.9</td><td>Т.10</td><td>Т.11</td><td>Т.12</td><td>Л</td><td>ІНДЗ</td><td rowspan="3">75</td><td rowspan="4">100</td></tr>
<tr><td colspan="12">Поточний контроль</td><td colspan="2">Л</td></tr>
<tr><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>10</td></tr>
<tr><td colspan="14">Контроль самостійної роботи, ситуаційні завдання (залік)</td><td>25</td></tr>
</table>

### 4.1. Критерії оцінювання видів роботи для поточного контролю

Під час оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни **«Паблік рилейшнз»** використовується накопичувальна бально-рейтингова система, що передбачає оцінювання якості виконання студентами всіх видів аудиторної та позааудиторної навчальної діяльності, спрямованих на опанування навчального навантаження шляхом поточного контролю, контролю виконання самостійної роботи та виконання індивідуального творчого завдання.

Поточний контроль складається з таких компонентів:

- ***75 балів*****:** участь у ***семінарах (практичних заняттях)*** – підготовка та виступ з усними доповідями, участь в обговоренні дискусійних питань, виконання практичних завдань, презентацій, тощо; відвідування лекцій і виконання індивідуальних творчих завдань, підготовка есе, виконання тестів.

- ***25 балів*****:** ***самостійне*** опрацювання теоретичного матеріалу, робота з джерелами, нормативно-правовими актами, виконання тестів і ситуаційних завдань (залік).

Разом – ***100 балів*****.**

Оцінювання результатів роботи здобувача вищої освіти здійснюється за наступними критеріями:

| Кількість балів за всі види | Критерії оцінювання навчальних досягнень студента |
|---|---|

| навчальної діяльності | |
|---|---|
| 90 – 100 | - здобувач вищої освіти упевнено оперує обсягом навчального матеріалу і застосовує його для розв’язання проблем;<br>- самостійно оцінює факти, явища, вільно висловлює власні думки;<br>- може характеризувати та аналізувати історичну інформацію;<br>- співвідносити події та процеси за періодами на основі наукової періодизації історичної науки;<br>- студент виявляє творчі здібності, вміє порівнювати, узагальнювати, систематизувати матеріал, наводити чисельні приклади;<br>- вільно користується тематичними картами;<br>- розуміє основні тенденції розвитку зовнішньо-політичних проблем України. |
| 82 - 89 | - здобувач вищої освіти загалом володіє обсягом навчального матеріалу;<br>- здатний застосовувати вивчений матеріал на рівні стандартних ситуацій, наводити окремі власні приклади;<br>- вміє порівнювати, узагальнювати, систематизувати основні теоретичні й фактологічні положення, явища, але відповідь може бути не зовсім змістовною, цілісною, послідовною, містити деякі фактологічні помилки, неточності;<br>- здобувач вищої освіти робить незначні помилки, користуючись картою;<br>- не завжди може вірно зробити висновок, добрати переконливі аргументи;<br>- дає загальну характеристику подій (причини, наслідки, значення);<br>- встановлює послідовність подій, характеризує причинно-наслідкові зв’язки між ними. |
| 74 - 81 | - здобувач вищої освіти загалом володіє обсягом навчального матеріалу;<br>- здатний застосовувати вивчений матеріал на рівні стандартних ситуацій, наводити окремі власні приклади;<br>- вміє порівнювати, узагальнювати, систематизувати основні теоретичні й фактологічні положення, явища, але відповідь може бути не зовсім змістовною, цілісною, послідовною, містити деякі фактологічні помилки, неточності;<br>- студент робить незначні помилки, користуючись картою;<br>- не завжди може вірно зробити висновок, добрати переконливі аргументи;<br>- не достатньо повно дає характеристику подій (причини, наслідки, значення);<br>- на посередньому рівні встановлює послідовність подій, характеризує причинно-наслідкові зв’язки між ними. |
| 64 - 73 | - здобувач вищої освіти володіє навчальним матеріалом на початковому рівні;<br>- може репродуктивно відтворити незначну частину теоретичного й фактологічного матеріалу;<br>- виявляє знання і розуміння окремих положень курсу;<br>- вміє на елементарному рівні аналізувати, робити узагальнення, порівняння, висновки;<br>- визначає окремі ознаки подій, встановлює їх послідовність;<br>- може дати стислу характеристику окремої постаті;<br>- слабко орієнтується за картами. |
| 60 - 63 | - здобувач вищої освіти володіє навчальним матеріалом на початковому рівні; |

| | |
|---|---|
| | - може репродуктивно відтворити незначну частину теоретичного й фактологічного матеріалу;<br>- виявляє знання і розуміння окремих положень курсу;<br>- вміє на елементарному рівні аналізувати, робити узагальнення, порівняння, висновки;<br>- визначає окремі ознаки подій, встановлює їх послідовність;<br>- може дати стислу характеристику окремої постаті;<br>- слабко орієнтується за картами. |
| 35-59 | - здобувач вищої освіти дуже слабо володіє навчальним матеріалом, нездатний елементарно розпізнавати і відтворити окремі факти, явища, події;<br>- впізнає постать чи подію лише за детальним описом;<br>- не визнає послідовності подій;<br>- відсутні навички роботи з картами;<br>- відповідь має уривчастий, незакінчений, незмістовний характер;<br>- відсутня здатність викласти думку на елементарному рівні;<br>- вибирає правильний варіант відповіді з двох запропонованих (на рівні “так – ні”). |
| 1 - 34 | - здобувач вищої освіти зовсім не володіє навчальним матеріалом, нездатний елементарно розпізнавати і відтворити окремі факти, явища, події;<br>- не впізнає постать чи подію;<br>- не визнає послідовності подій;<br>- відсутні навички роботи з картами;<br>- відповідь має уривчастий, незакінчений, незмістовний характер;<br>- відсутня здатність викласти думку на елементарному рівні;<br>- вибирає правильний варіант відповіді з двох запропонованих (на рівні «так – ні»). |

***Оцінювання індивідуального творчого завдання*** здійснюється за такими критеріями: самостійність та оригінальність дослідження, виконання поставлених автором завдань, здатність здійснювати узагальнення на основі опрацювання теоретичного матеріалу та відсутність помилок при оформленні цитування й посилань на джерела.

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ECTS | Оцінка за національною шкалою |
|---|---|---|
| | | для екзамену, заліку, курсового проекту (роботи), практики |
| 90 – 100 | **A** | **відмінно** |
| 82 - 89 | **B** | **добре** |
| 74 - 81 | **C** | |
| 64 - 73 | **D** | **задовільно** |
| 60 - 63 | **E** | |
| 35-59 | **FX** | **незадовільно з можливістю повторного складання** |
| 1 - 34 | **F** | **незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни** |

В Університеті передбачено можливість перезарахування результатів неформальної та/або інформальної освіти відповідно до Положення про порядок визнання результатів навчання у неформальній та/або інформальній освіті у Сумському державному педагогічному університеті імені А.С. Макаренка (https://sspu.edu.ua/universytet/edusci/normatyvno-pravova-baza).

## 5. Засоби діагностики результатів навчання

Оцінювання знань здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни **«Паблік рилейшнз»** здійснюється шляхом проведення контрольних заходів, які включають поточний, підсумковий модульний, підсумковий семестровий контроль. Рівень навчальних досягнень здобувачів оцінюється за 100-бальною шкалою.

*Поточний контроль* передбачає усні відповіді здобувачів на теоретичні питання семінарських занять, результати самостійної роботи з науковою літературою та першоджерелами, а також якість виконання здобувачем індивідуального завдання у вигляді творчого завдання.

*Підсумковий модульний контроль* передбачає складання колоквіуму за змістовним модулем. Колоквіум проводиться в усній формі та включає два теоретичні запитання, відповіді на які дають можливість оцінити рівень оволодіння теоретичним матеріалом з історії української дипломатії.

*Тестовий контроль* передбачає підготовку спеціальних тестових завдань, виконання (чи невиконання) яких вказує на наявність (або відсутність) у здобувача вищої освіти певних знань, умінь.

*Індивідуальне творче завдання* передбачає виконання здобувачами вищої освіти різних форм творчих завдань (есе, презентація, тези конференції, тощо).

*Підсумковий контроль.* Формою підсумкового контролю є залік.

Особлива увага при опануванні змісту навчальної дисципліни **«Паблік рилейшнз»** приділяється запобіганню порушенню академічної доброчесності та забезпечення довіри до результатів освітнього процесу та освітньої діяльності, розумінню здобувачами вищої освіти значення академічної доброчесності та наслідків недотримання її постулатів.

## Питання для підсумкового контролю (залік):

1. Сутність та основні поняття ПР, концепт «паблік рилейшнз».
2. Історія виникнення та розвитку ПР.
3. Основні напрямки ПР та засоби їх реалізації.
4. Функції та завдання фахівця з паблік рилейшнз.
5. Надання інформаційних послуг та встановлення контактів зі ЗМІ.
6. Основи взаємовідносин із ЗМІ при організації ПР.
7. Створення та управління повідомленнями в ЗМІ.
8. Сутність та основні цілі реклами.
9. Стилістика рекламного звернення.
10. Основні засоби розповсюдження реклами та особливості їх використання.
11. Головні інструменти паблік рилейшнз.
12. Взаємодія із цільовими аудиторіями.
13. Підготовка та проведення рекламної кампанії.
14. Організація та проведення прес-конференцій.
15. Внутрішнє середовище паблік рилейшнз.
16. Стереотипи та їх використання в системі ПР.
17. Виставки та ярмарки в ПР.
18. Особливості проведення презентацій та конференцій.
19. Прийоми та дні відкритих дверей: суть, призначення та підготовка до проведення.
20. Роль та місце відносин зі споживачами в системі ПР.
21. Основні задачі розвитку відносин зі споживачами.
22. Основні вимоги до інформації при організації відносин зі споживачами.
23. Інституція як об’єкт роботи по зв’язкам з громадськістю.
24. Напрямки ПР у встановленні внутрішньогалузевих відносин між інституціями.
25. Формування корпоративної етики та іміджу.
26. Причини виникнення кризових ситуацій в інституціях.
27. Профілактика виникнення кризових ситуацій при здійсненні зв’язків з громадськістю.
28. Комунікації в системі ПР.
29. Специфіка ПР в умовах кризи.
30. Підготовка публічного виступу.
31. Методи оцінки ефективності кампанії ПР.
32. Аналіз та використання результатів ПР-кампанії.
33. Прес-реліз як інструмент паблік рилейшнз.
34. Суть та етапи політичної ПР-кампанії.
35. Лобіювання як інструмент ПР.
36. Назвіть передумови виникнення паблік рилейшнз та історію становлення його як сфери діяльності.
37. Охарактеризуйте паблік рилейшнз як організацію комунікативного простору.
38. Назвіть роль паблік рилейшнз у маркетингу, менеджменті і у

маркетингових комунікаціях.

39. Розкрийте специфіку паблік рилейшнз у бізнесі: цілі, принципи, функції і його складові. Поясніть відмінність паблік рилейшнз від реклами та від пропаганди.
40. Що являє собою рекламна підтримка паблік рилейшнз кампаній у бізнесі?
41. Розкрийте специфіку роботи фахівців з паблік рилейшнз у бізнесі: посадові обов'язки, розподіл ролей.
42. Охарактеризуйте правове регулювання паблік рилейшнз у вітчизняному бізнесі
43. Визначте етичні норми паблік рилейшнз
44. Охарактеризуйте тенденції розвитку світової індустрії паблік рилейшнз. Розкажіть про становлення ринку паблік рилейшнз послуг в Україні.
45. Назвіть пріоритетні напрямки паблік рилейшнз-діяльності в Україні.
46. Охарактеризуйте внутрішній паблік рилейшнз як систему заходів, спрямованих на реалізацію ідеології внутрішнього керівництва підприємства, стратегії та тактики управління персоналом.
47. Визначте основні завдання паблік рилейшнз у системі управління підприємством.
48. Охарактеризуйте роль паблік рилейшнз у вирішенні проблем внутрішньо організаційної комунікації.
49. Як здійснюється розробка стратегії ефективності менеджменту інституції з допомогою паблік рилейшнз?
50. Охарактеризуйте формування корпоративної культури відносин між працівниками на засадах паблік рилейшнз.

## 6. Програма навчальної дисципліни

Програма навчальної дисципліни **«Паблік рилейшнз»** складається з двох модулів, які в цілому висвітлюють теоретичні і практичні засади паблік рилейшнз, публічного мовлення і міжкультурної комунікації у сфері міжнародних відносин та політико-дипломатичної діяльності

## 7. Інформаційний зміст навчальної дисципліни

### 7.1. Тематичні розділи

**Тема 1. Паблік рилейшнз як наука і мистецтво.**

Поняття, мета, принципи та функції паблік рилейшнз. Історія виникнення паблік рилейшнз. Вимоги до фахівця з ПР, сфери його діяльності. Історія розвитку паблік рілейшнз (PR). Виникнення і розвиток PR. Паблік рілейшнз у сучасному світі. Соціально-економічні умови функціонування паблік рилейшнз. Специфіка розвитку індустрії паблік рилейшнз. Загальна характеристика системи зв'язків із громадськістю.

**Тема 2. Сутність, принципи і функції паблік рілейшнз.**

Структура та зміст поняття «паблік рілейшнз». Принципи, функції та категорії PR. Паблік рілейшнз як соціальний феномен. Сутність і основні елементи системи зв'язків з громадськістю. Організація та її роль у системі зв'язків із громадськістю як суб'єкта управління. Аспекти функціонування системи зв'язків з громадськістю. Функції системи зв'язків із громадськістю. Сутність і зміст аналітично- прогностичної функції. Завдання організаційно-технологічної функції. Управлінська функція. Інформаційно-комунікативна функція. Зміст консультаційно-методичної функції та її реалізація.

**Тема 3. Паблік рилейшнз і громадськість, організація діяльності системи зв'язків з громадськістю.**

Поняття «громадськість» у теорії і практиці ПР. Типологізація громадськості у практиці паблік рилейшнз. Цільові та пріоритетні групи громадськості. Громадська думка та методи її дослідження. Мовленнєва діяльність публічної особи. Сутність організаційних форм управління зв'язками із громадськістю, процес їх становлення, розвитку та вдосконалення. Державна реєстрація піар-агенства. Форми PR-діяльності: власна служба; консультативна; індивідуальна; змішана. Структура служби зв'язків із громадськістю. Спеціалісти в галузі PR. Посадові обов'язки в PR. Сучасні кадрові тенденції на ринку PR-послуг. Професійні вимоги до спеціалістів в галузі PR.

**Тема 4. Громадськість і громадська думка у PR-діяльності, методи впливу на громадськість.** Методи впливу на громадськість: вербальні та невербальні комунікації. Контент-аналіз Поняття вербальних комунікацій, їх основні характеристики та типологія. Дискусія. Проблеми використання гумору. Виділення головної ідеї та її аргументація. Поняття громадськості. Публічність та суб'єктність у соціальних взаємодіях – дві основні ознаки громадськості. Співвідношення понять громадськість та аудиторія. Ситуативний підхід до визначення громадськості (Дж. Дьюі, Дж. Груніг і Т.

Хант). Взаємодія та комунікація як чинник формування громадськості. Дж. Груніг про три чинники перетворення латентної громадськості в активну (усвідомлення проблеми, усвідомлення обмежень, рівень участі). Психологічний підхід до визначення громадськості у PR (концепція самоорієнтації). Громадськість та громадська думка – основний об'єкт в PR-діяльності.

**Тема 5. ПР-програми і управління процесами паблік рилейшнз.**

Управління ПР-процесом. Етапи ПР-програми. Перший етап: визначення ПР-проблеми. Другий етап: планування та програмування. Третій етап: дія та комунікація. Четвертий етап: оцінювання ПР-програми. Іміджева, репутаційна та комунікаційна складова реалізації ПР-програми.

**Тема 6. Лобістські практики, комунікація, комунікаційний процес та інформаційне забезпечення в PR- діяльності.**

Використання PR у лобістських цілях. Міжнародний досвід лобістської діяльності та PR. Проблеми інституціоналізації лобістської практики в Україні. Сутність та правові основи лобіювання. комунікаційний процес та інформаційне забезпечення в PR-діяльності в умовах мондіалізованого світоустрою. Комунікація як основа public relations. Сутність комунікації. Інтерактивний аспект комунікації як процесу обміну інформацією. Класична модель комунікації К. Шеннона, В. Вівера. Модель масової комунікації Г. Лассуела. Перцептивний аспект комунікації. Кодування та декодування повідомлення. Єдина система кодів комунікатора та реципієнта як умова ефективної комунікації. Структура повідомлення (зміст; засоби передачі; особистість комунікатора). Когнітивні, афективні та поведінкові аспекти інформаційного впливу.

Зв'язки з громадськістю як комунікаційна функція управління (В. Лонги, В. Хазелтон). Зумовленість етапів та моделей зв'язків з громадськістю принципами комунікації з середовищем (громадськістю).

**Тема 7. Комунікації в ПР та робота із засобами масової інформації.**

Сутність, етапи та елементи комунікації. Комунікаційна складова реалізації ПР-програми. Основні інструменти паблісіті. Паблісіті (англ. publicity) як продуманий спосіб керування громадським сприйняттям певного суб'єкта комунікацій шляхом спрямування інформації від медіа до широкої громадськості. Суб'єктами паблісіті є: люди (наприклад політики, митці, артисти), товари і послуги, організації та інституції всіх видів, предмети мистецтва та ін. Паблісіті як інформація і згадка бренду в медіа. Паблісіті як елемент охоплення і впізнаваність компанії в соціокультурному просторі. Паблісіті як технологія, що підвищує впізнаваність бренду, формує лояльну аудиторію і збільшує довіру покупців. Комунікативний простір як сфера PR-діяльності.

**Тема 8. PR-інструментарій: сутність і класифікація.**

PR-інструментарій. Сутність і класифікація PR-інструментарію. Новітні інструменти паблік рилейшнз в умовах трансформації системи міжнародних відносин XXI століття. Міжкультурна комунікація та її впливи на паблік рилейшнз. Публічна і культурна дипломатія через призму паблік рилейшнз. Подієва комунікація як елемент обов'язково супроводу інформаційного

забезпеченням у сфері міжнародних відносин, зовнішньої політики та дипломатії. Міжнародна політика і міжнародно-політичні чинники паблік рилейшнз. Інформаційно-аналітична складова паблік рилейшнз. PR-кампанія: підготовка, планування та проведення. Планування, координація та контроль за реалізацією програми. Основні моделі управління зв'язками з громадськістю: RACE – дослідження (research); планування та програмування дій (action planning); комунікація та дії (communication); оцінка (evaluation). FPCE – пошук фактів (factfinding); планування (planning), комунікація (communication), оцінка (evaluation); ROPE – дослідження (research); цілі (objectives); програмування (programming); оцінка (evaluation); ROPES – дослідження (research); цілі (objectives); програмування (programming); оцінка (evaluation); stewardship (управління). 6-елементна модель процесу PR Ф. Джефкінса. Модель П.Гріна. Моніторинг інформаційного поля як основа інформаційної політики організації (інституції).

**Тема 9. Паблік рилейшнз і створення іміджу.**

Імідж та його природа. Формування іміджу. Іміджмейкінг і паблік рилейшнз. Формування іміджу як складова паблік рілейшнз. Методи створення іміджу. Об'єкти створення іміджу. Функції іміджу. Розбудова та реалізація іміджу. Імідж і репутація: спільне й відмінне. Імідж організації : основні ознаки, особливості та структура. Практика «розкрутки» іміджу. Складові піарівської іміджелогії. Основні етапи формування іміджу організації. Позиціонування. Підвищення та зниження іміджу. Іміджелогія в структурі PR.

**Тема 10. Розробка PR-стратегій в залежності від позиції іміджу інституції (МЗС України, державна інституція, бізнес-інституція)**

Технології та особливості розробки PR-стратегій. Розробка PR-стратегій в залежності від позиції іміджу інституції (МЗС України, державна інституція, бізнес-інституція). Паблік рилейшнз і брендигування інституцій. Public Relations як функція менеджменту. Менеджмент PR. Планування PR-діяльності. Стратегія і тактика в PR. Стратегічне мислення. Стратегічний менеджмент. Тайм-менеджмент в PR. Мета, завдання, специфіка формування PR-концепцій. Формування корпоративних комунікацій. Корпоративний простір. Корпоративне позиціювання. Формування корпоративного іміджу. Назва. Слоган. Місія. Легенда. Корпоративні кодекси.

**Тема 11. Паблік рилейшнз у конфліктних і кризових ситуаціях.**

Типологія криз. Управління кризою. Комунікація в кризових ситуаціях. Модель поведінки експерта з міжнародних відносин, дипломата, політика, бізнесмена у кризових ситуаціях. Паблік рилейшнз і соціальні кризи. Паблік рилейшнз і міжнародні конфлікти та міжнародні кризи. Технології управління інформацією, створення новин і робота зі ЗМІ. Засоби масової інформації: сутність, цілі, функції, права та обов'язки. Преса та її роль у системі засобів масової інформації та у зв'язках із громадськістю. Функції радіо. Сутність і особливості функціонування телекомунікацій різних форм власності: державних, громадських, муніципальних, акціонерних, кооперативних, приватних; можливість, необхідність та доцільність їх використання у зв'язках

із громадськістю. Специфіка новітніх та соціальних медіа. Інформаційна продукція PR-служб.

**Тема 12. Психологія та процес управління паблік рілейшнз.**

Психологія масової комунікації. Теоретичне осмислення. Визначення і теоретичні підходи у дослідженні масової комунікації. Зворотній зв'язок. Ефекти масової комунікації. «Ефект ореола» або «ефект німба», «ефект бумеранга». Натовп і закономірності його поведінки. Визначення натовпу. Механізми поведінки натовпу. Циркулярна реакція і комунікація. Види натовпу. Головні ознака натовпу. Психологічні аспекти паблік рилейшнз в умовах глобалізаційних впливів.

**Тема 13. Паблік рилейшнз, спічрайтинг і публічне мовлення (публічні виступи) у професійній діяльності експертів у сфері міжнародних відносин, дипломатів, державних службовців і представників бізнесу.**

Міжнародні зв'язки із громадськістю. Інформаційно-аналітичне забезпечення у сфері міжнародних відносин і дипломатії. Інформаційно-аналітичне забезпечення у сфері державної служби. Інформаційно-аналітичне забезпечення у сфері бізнесу. Інформаційно-аналітичне забезпечення у сфері публічної служби і публічної політики. Публічні промови як пріоритетний професійний індикатор і професійна компетенція експерта у сфері міжнародних відносин, дипломатії, політики і бізнеса. Промови, їх написання та виголошення. Публічний виступ як чинник налагодження громадських зв'язків. Виступи і промови. Основні типи промов. Композиція та стилістика промови. Промова в парламенті, на мітингу, в публічному просторі та ін. Публічні виступи як засіб комунікації. Презентація як форма впливу на цільову аудиторію, спеціально організоване спілкування з аудиторією, мета якого переконати або спонукати її до певних дій. Критерії аналізу публічного виступу: вдалий початок виступу; драматизм викладу; доречні приклади, ілюстрації; адекватність мови і стилю виступу; успішне завершення виступу; дотримання регламенту; цікавий виклад теми; оригінальність стилю викладу; зрозумілість основної думки виступу; переконливість промови. Психологія публічного виступу. Особливості психологічного впливу на аудиторі. Техніки НЛП і публічні виступи. Психологічний контакт із аудиторією. Моделі поведінки в кризових (некомфортних, проблемних) ситуаціях і психологічних дискомфортах. Види і техніки психологічного аутотренінгу. Психологія та моделі психологічної поведінки в міжкультурному спілкування. Психологія для фахівців у сфері міжнародних відносин та дипломатів: професійна майстерність і особливості професії. *Спічрайтинг* у сфері міжнародних відносин. *Міжнародні переговори* і паблік рилейшнз.

**Тема 14. Стратегія, стратегічне планування і комплексна маркетингова система паблік рілейшнз-потенціалу як основа вдосконалення державного і публічного управління на сучасному етапі.**

Засоби реалізації в паблік рілейшнз (PR). Реклама як засіб PR. Засоби управління і маніпулювання. Паблісіті, пропаганда, прес-посередництво, громадська діяльність, маркетинг, мерчандайзинг як засоби реалізації паблік рілейшнз. *Паблісіті* як інформація з незалежного джерела, яка

використовується засобами інформації тому, що вона має цінність новин. Пабліцітний капітал як фактор економічної влади базисних суб'єктів PR. Інтегрована мета і результат паблік рилейшнз у сфері міжнародних відносин (пабліцітний ресурс). Пропаганда як елемент поширення знань, поглядів, навчань; ідейний вплив на широкі маси. Стратегія і стратегічне планування у фокусі паблік рилейшнз. Реклама як контрольований метод розміщення повідомлень у ЗМІ та медіа.

## 7.2. Структура та обсяг навчальної дисципліни

| Назви розділів і тем | Кількість годин | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Денна форма | | | | | |
| | Усього | у тому числі | | | | |
| | | Лекції | Практ. | Лабор. | Конс. | Самост.р |
| ***Змістовий модуль І. Паблік рилейшнз: теорія, історія, сучасні практики.*** | | | | | | |
| **Тема 1.** Паблік рилейшнз як наука і мистецтво. | 8 | 2 | | | | 6 |
| **Тема 2.** Сутність, принципи і функції паблік рілейшнз. | 8 | | 2 | | | 6 |
| **Тема 3.** Паблік рилейшнз і громадськість, організація діяльності системи зв'язків з громадськістю.. | 8 | 2 | | | | 6 |
| **Тема 4.** Громадськість і громадська думка у PR-діяльності, методи впливу на громадськість. | 8 | | 2 | | | 6 |
| **Тема 5.** ПР-програми і управління процесами паблік рилейшнз. | 8 | | | | | 8 |
| **Тема 6.** Лобістські практики, комунікація, комунікаційний процес та інформаційне забезпечення в PR-діяльності**.** | 8 | | 2 | | | 6 |
| **Тема 7.** Комунікації в ПР і робота із засобами масової інформації. | 8 | | | | | 8 |
| **Тема 8.** PR-інструментарій: сутність і класифікація. | 8 | | 2 | | | 6 |
| ***Змістовий модуль ІІ. Паблік рилейшнз, спічрайтинг і публічне мовлення у сфері міжнародних відносин*** | | | | | | |
| **Тема 9.** Паблік рилейшнз і створення іміджу. | 8 | 2 | | | | 6 |
| **Тема 10.** Розробка PR-стратегій в залежності від позиції іміджу інституції (МЗС України, державна інституція, бізнес-інституція). | 8 | | 2 | | | 6 |
| **Тема 11.** Паблік рилейшнз у конфліктних і кризових ситуаціях. | 10 | 2 | | | | 8 |
| **Тема 12.**. Психологія та процес управління паблік рілейшнз. | 10 | | 2 | | | 8 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Тема 13.** Паблік рилейшнз, спічрайтинг і публічне мовлення (публічні виступи) у професійній діяльності експертів у сфері міжнародних відносин, дипломатів, державних службовців і представників бізнесу. | 10 | 2 | | | | 8 |
| **Тема 14.** Стратегія, стратегічне планування і комплексна маркетингова система паблік рілейшнз-потенціалу як основа вдосконалення державного і публічного управління на сучасному етапі. | 10 | | 2 | | | 8 |
| **Консультація** | 0 | | | | 0 | **0** |
| **Разом за ІІ семестр** | **120** | **10** | **14** | | **0** | **96** |
| **Всього за рік** | **120** | **10** | **14** | | **0** | **96** |

## 7.3. Теми лекційних занять

| № з/п | Назва теми | Кількість годин |
|---|---|---|
| | | Денна форма |
| 1. | Паблік рилейшнз як наука і мистецтво. | 2 год. |
| 2. | Паблік рилейшнз і громадськість, організація діяльності системи зв'язків з громадськістю. | 2 год. |
| 3. | ПР-програми і управління процесами паблік рилейшнз. | 0 год. |
| 4. | Комунікації в ПР і робота із засобами масової інформації. | 0 год. |
| 5. | Паблік рилейшнз і створення іміджу. | 2 год. |
| 6. | Паблік рилейшнз у конфліктних і кризових ситуаціях. | 2 год. |
| 7. | Паблік рилейшнз, спічрайтинг і публічне мовлення (публічні виступи) у професійній діяльності експертів у сфері міжнародних відносин, дипломатів, державних службовців і представників бізнесу | 2 год. |
| **Разом** | | **10 год.** |

## 7.4. Теми практичних (семінарських) занять

| № з/п | Назва теми | Кількість годин |
|---|---|---|
| | | Денна форма |
| 1. | Сутність, принципи і функції паблік рілейшнз. | 2 год. |
| 2. | Громадськість і громадська думка у PR-діяльності, методи впливу на громадськість. | 2 год. |
| 3. | Лобістські практики, комунікація, комунікаційний процес та інформаційне забезпечення в PR-діяльності | 2 год. |
| 4. | PR-інструментарій: сутність і класифікація. | 2 год. |
| 5. | Розробка PR-стратегій в залежності від позиції іміджу інституції (МЗС України, державна інституція, бізнес-інституція). | 2 год. |
| 6. | Психологія та процес управління паблік рілейшнз. | 2 год. |

| | | |
|---|---|---|
| 7. | Стратегія, стратегічне планування і комплексна маркетингова система паблік рілейшнз-потенціалу як основа вдосконалення державного і публічного управління на сучасному етапі. | 2 год. |
| **Разом** | | **14 год.** |

## 7.5. Самостійна робота

| **Види самостійної та індивідуальної роботи** | **Рекомендована література** | **Форми контролю та звітності** |
|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| | | |
| Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу | Конспект лекцій | Експрес опитування |
| Підготовка до семінарських завдань | документи – 1-9<br>базова – 11-20<br>допоміжна – 21-50<br>інформаційні ресурси<br>довідкова література | Усне опитування, тематичне тестування |
| Самостійне опанування тем курсу | документи – 1-9<br>базова – 11-20<br>допоміжна – 21-50<br>інформаційні ресурси<br>довідкова література | тематичне тестування, підготовка індивідуального творчого завдання |
| Завдання для підвищення рейтингу студентів | | |
| Виступ по темі індивідуального творчого завдання | допоміжна література | захист |
| Участь у студентських конференціях | базова<br>література | стаття |

## 8. Рекомендовані джерела інформації

**Документи і нормативно правові акти:**

1. Конституція України: чинне законодавство зі змінами та допов. (офіційний текст) К.: ПАЛИВОДА А. В., 2022. 72 с.

2. Віденська конвенція про дипломатичні зносини. 18 квітня 1961 р. // УРСР у міжнародних відносинах: міжнародні договори, конвенції, угоди та інші акти, учасником яких є Україна. К., 1966.

3. Віденська конвенція про консульські зносини. 24 квітня 1963 р. // Інформаційно-довідковий бюлетень консульських зносин. – К., 1996.

4. Закон України «Про державну службу», від 10.12.2015, №889-VIII (у редакції від 01.01.2023р.; редакція відбудеться 31.03.2023р.).

5. Закон України «Про дипломатичну службу», від 07.06.2018, № 2449-VIII (у редакції від 01.01.2022р.).

6. Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики», від 01.07.2010, № 2411-VI (у редакції від 08.07.2018р.; редакція відбудеться 31.03.2023р.).

7. Положення про Державний Протокол та Церемоніал України від 22 серпня 2002р. (у редакції від 15.02.2010р.).

8. Положення про дипломатичне представництво України за кордоном // Розпорядження Президента України від 22 жовтня 1992 р. № 166/92.

9. Положення про порядок розміщення дипломатичних представництв, консульських установ іноземних держав і представництв МО в Україні, затверджене постановою КМ Україні від 27 лютого 1995 р. (у редакції від 02.11.2017р.).

10. Указ президента України від 22 серпня 2002 р. «Про Державний Протокол і Церемоніал України». Положення про Державний Протокол та Церемоніал України (у редакції від 15.02.2010р.).

**Основні:**

1. Афанасьєва Л.І. Основи красномовства: навчально-методичний посібник. 4-е вид., доп. і переробл. Кропивницький, 2022. 136 с.

2. Балабанова, Л. В. Паблік рилейшнз: навч. посіб. / Л. В. Балабанова, К. В. Савельєва. К. : Професіонал, 2008. 528 с.

3. Березенко В. PR в Україні: наукове осмислення феномену. Київ: Академія Української Преси, 2013. 388 с.

4. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю: навчальний посібник. МОН України, КНУ ім. Тараса Шевченка. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.

5. Гапоненко В.А., Рихлік В.А. Зв'язки з громадськістю: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2015. 238 с.

6. Грицюта Н.М. Історія реклами та зв'язків з громадськістю: Навчально-метод. рекомендації до вивчення дисципліни. Київ: Ін-т журналістики / Х.: Прапор, 2007. 80 с.

7. Кацавець Р.С. Ораторське мистецтво. Підручник. Вид. 3-тє, допов. Київ: Алерта, 2021. 250 с.

8. Королько, В. Г. Паблик рілейшнз. Наукові основи, методика, практика [Текст] : підручник / В. Г. Королько. [2-ге вид., доповн.]. К. : Скарби, 2001. 400 с.

9. Куньч З.Й. Риторика: підручник. 2-ге вид., доп. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. 296 с.

10. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2016. 246 с.

11. Меєр Ерін. Культурна карта. Бар'єри міжкультурного спілкування в бізнесі / пер. з англ. Ольга Дубчак. Київ: Наш Формат, 2020.

12. Мітлош А.В. Психологія ПР-управління: навчально-методичний посібник / А.В. Мітлош. Луцьк : СПД Гадяк Ж.В. «Волиньполіграф», 2016. 67 с.

13. Мойсеєв, В. А. Паблік рилейшнз : навч. посіб. К. : Академвидав, 2007. 224 с.

14. Овчиннікова А. П. Риторика як суспільно-культурне явище. Курс лекцій. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 176 с.

15. Паблік рилейшнз: конспект лекцій. Тернопіль: ТНЕУ, 2011. 189 с. URL: http://library.tneu.edu.ua/images/stories/predmety/літп/паблік%20рілейшенз%20(pr)/pr_all.pdf.

16. Пентилюк М.І., Маруних І.І., Гайдаєнко І.В. Ділове спілкування та культура мовлення. Навчальний посібник. Київ, ЦУЛ, 2020. 224 с.

17. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. [3-тє випр. і доповн.]. К. : Знання, 2006. 328 с.

18. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посібник. К. : Знання, 2000. 506 с.

19. Риторичний практикум: навч. посібник / З.Й. Куньч, Г.П. Городиловська, Я.Б. Турчин, О.Г. Литвин, Л.В. Харчук, Н.І. Голубінка, Т.Я. Конівіцька, І.Б. Ментинська. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018.

20. Ціватий В.Г. Публічне мовлення, дипломатична риторика і міжкультурна комунікація у сфері міжнародних відносин та етикетних практик: інституціональний, міжнародно-інформаційний та політико-дипломатичний дискурси. Трансформація суспільних відносин в умовах цивілізаційних змін: Монографія. Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2023. Розділ. 4.7. С. 337-363.

21. Шинкарук В.Д., Теслюк В.М. Основи риторики: навчальний посібник. Київ: Видавництво Ліра-К, 2021. 320 с.

22. Ясинок М.М., Ясинок Д.М. Судові дебати: право, психологія, риторика. Видання третє. Київ: Алерта, 2022. 176 с.

**Додаткові:**

1. Артьомов І.В., Віднянський С.В. та ін. Європейська та євроатлантична інтеграція України: стан і перспективи реалізації (2014-2022рр.): монографія. Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2022. 284 с.

2. Асташенкова Д.К. Міжнародні візити та переговори: організація і протокольний супровід: навч. Посібник. Дипломатична академія України при МЗС України. – Київ, 2020. 88с.

3. Городенська К. Українське слово у вимірах сьогодення. Київ, 2019. Видання друге, істотно доповнене. 208с.

4. Гуменюк Б.І., Мартинов А.Ю. Футурологія міжнародних відносин. Київ: «Українські пропілеї, 2025. 376 с.

5. Дорош Л. О., Івасечко О. Я., Турчин Я. Б. Зовнішня політика України. Навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2021. 348 с.

6. Єлісовенко Ю.П. Ораторське мистецтво : постановка голосу й мовлення: навч. посібник. – К.: Атіка, 2008.

7. Зарицька В.В. Психологія конфлікту. Навчальний посібник. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2019. 380 с.

8. Зацерківна М.О. Вивчення зв'язків із громадськістю як виду діяльності та функції управління: методологічний аспект. Вісник ХДАК. Випуск 52. 2018. С.160-168. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/haksk_ 2018_52_17.

9. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. URL: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164- 168 no-5-6 vol- 10 2005 UKR.pdf.

10. Іванець Т. М. Соціологія міжнародних відносин: навч. посіб. Київ: Видавництво Ліра-К, 2021. 232 с.

11. Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник. МОН України, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 432 с.

12. Іванов В. Ф., Дудко О. С. Журналістика в піарі та піар у журналістиці: навчальний посібник. Київ : Грамота, 2010. 288 с.

13. Корсунський С. Зовнішня політика в епоху трансформацій. Серія «Історія та політика». Харків: Віват, 2020. 256 с.

14. Лісовський П.М., Лісовська Ю.П. Дипломатична та консульська служба: навч. посіб. Київ : Видавництво Ліра-К, 2022. 178 с.

15. Луцишин Г. І. Конфліктологія та теорія переговорів: Навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2015. 200 с.

16. Паблік рилейшнз – ефективні комунікації в маркетингу. URL: https://stud.com.ua/48476/marketing/pablik_rileyshnz_efektivni_komu nikatsiyi_marketingu#71

17. Резніченко В.І. Довідник-практикум офіційного, дипломатичного, ділового протоколу та етикету. – К., 2003.

18. Сагайдак О.П. Дипломатичний протокол та етикет. – Львів., 2019. – 3-е вид., Львів.

19. Сагач Г.М. Ділова риторика: мистецтво риторичної комунікації: навч. посібник. – К.: Зоря, 2003.

20. Сагач Г.М. Риторика: навч. посібник для студентів серед. і вищ. навч. закладів. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2000.

21. Слісаренко, І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посіб. К. : МАУП, 2001. 104 с.

22. Смірнова К.В. PR-менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.

23. Тимошенко Н.Л. Корпоративна культура. Діловий етикет. – К.: Знання, 2006.

24. Тихомирова Є.Б., Постоловський С.Р. Конфліктологія та теорія переговорів. Підручник (стереотипне видання). Суми: Університетське видання, 2023. 240 с.

25. Тодоров І.Я. Євроатлантична інтеграція: історія та сучасність. Навчальний посібник. Ужгород – Київ, 2023. 360 с.

26. Требін М.П., Клімова Г.П. Ораторське мистецтво. Підручник. Харків: Право, 2015. 208 с.

27. Турчин Я. Б., Дорош Л. О., Івасечко О. Я. Дипломатична та консульська служба. Підручник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 332 с.

28. Хоменко І.В. Еристика : підручник. – К. : Центр учбової літератури, 2008.

29. Ціватий В.Г. Дипломатія і підготовка дипломата XXI століття: традиції, інновації, моделі. Науковий вісник Дипломатичної академії України. Київ, 2004. Вип. 10. Ч. І. С. 11-31.

30. Ціватий В.Г. Європейська та українська дипломатична практика і протокол. К., 2001.

31. Ціватий В.Г. Кроскультуральність, інституціональні витоки та особливості формування моделі дипломатії Грецької Республіки: глобалізаційний і міжнародно-політичний аспекти. *Глобальний світ: виклики сьогодення: кол. монографія.* Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2025. С. 51-65.

32. Шинкаренко Т.І. Дипломатичний протокол та етикет: Навчальний посібник. – Київ, 2009. – 295с.

33. Шинкаренко, Т.І. Мова дипломатичних документів: навчальний посібник / Т.І. Шинкаренко, А.Г. Гуменюк, О.Ю. Ковтун. - К., 2009. - 112 с.

34. Яхно Т.П., Куревіна І.О. Конфліктологія та теорія переговорів. Навчальний посібник. Київ, ЦУЛ, 2021. 168 с.

35. Гай-Нижник П. Сенсові ідеологеми В. Путіна: наративи ціннісних маніпуляцій та casus belli геополітики і геостратегії РФ. Монографія. Київ: Саміт-книга, 2025. 440 с.

36. Гай-Нижник П., Чупрій Л. Російський вузол: розв’язати чи розрубати (війна і перспективи розпаду РФ). Київ: Саміт-книга, 2025. 176 с., іл.

37. Дорошко М.С. Неоголошені війни Росії проти України у XX – на початку XXI ст.: Причини і наслідки. 3-тє вид. 2024. 192 с.

38. Дорошко М.С. Тернистий шлях України від колонії «європейського» типу до суб’єкта міжнародних відносин. Київ: Ніка-Центр, 2025. 200 с.

39. Ціватий В.Г. Стратегічне планування та інституціональний розвиток моделей дипломатії XXI століття. Україна дипломатична: науковий щорічник. 2024. Київ, 2024. Вип. XXV (25). С. 851-862.

40. Ціватий В.Г. Дипломат і кризова дипломатія в умовах трансформації сучасної системи міжнародних відносин: теоретико-методологічний і практико-орієнтований дискурси. Україна і світ: теоретичні та практичні аспекти діяльності у сфері міжнародних відносин. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2024. С. 99–106.

41. Berridge G.R. Diplomacy, Third Edition: Theory and Practice. Palgrave Macmillan: Basingstoke and New York, 2022. 6th edition. 240p.

42. Diplomacy for Professionals and Everyone (Diplomatic Studies, 20). Alisher Faizullaev. Brill-Nijhoff, 2022. 324 p.

43. Global Diplomacy: An Introduction To Theory And Practice. Thierry Balzacq, Frédéric Charillon, Frédéric Ramel, Nicole Snow. Palgrave Macmillan, 2020. 350 p.

44. Modern Diplomacy in Practice. Robert Hutchings, Jeremi Suri. Palgrave Macmillan, 2020. 260 p.

45. Orłowski Tomasz. Protokół dyplomatyczny. Między tradycją a nowoczesnością. Wydawnictwo Polski Instytut Spraw Międzynarodowych, 2022. 480 s.

**Інформаційні ресурси:**

1. Верховна рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua
2. Міністерство закордонних справ України. URL: https://mfa.gov.ua/
3. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: http://www.nbuv.gov.ua/
4. Словник термінів міжкультурної комунікації / Ф. С. Бацевич; М-во освіти і науки України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. Київ: Довіра, 2007. 205 с. (Словники України). URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=FF=&S21STR=ukr0002863
5. Практика ринкових досліджень. URL: http://www.gortis.info/
6. Практичний маркетинг. URL: http://www.bci-marketing.aha.ua/

**Довідкова література:**

1. Українська дипломатична енциклопедія: у 2 т. / Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голова) та ін.]. Київ : Знання України, 2004. Т. 1-2.
2. Українська дипломатична енциклопедія: у 5-ти томах. Харків: Фоліо, 2013.Т.1-5.

## 9. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна «Паблік рилейшнз»

**Методи навчання:**

Під час викладання курсу «**Паблік рилейшнз»** використовується різні методи навчання – традиційні (лекції, практичні заняття, презентація індивідуальних завдань, опитування), активні методи навчання (дискусійні групи, конкурентні групи, ситуаційні вправи, мозковий штурм), виконання індивідуальних завдань та їх публічна презентація, підготовка тез наукових доповідей і статей до наукових збірників.

У процесі вивчення дисципліни використовуються пояснювально-ілюстративний, дослідницький та інтерактивні методи навчання, зокрема, метод вивчення конкретних ситуацій, семінар, метод групової дискусії, круглого столу, кейс-методи (кейс-стаді), метод «мозкові атаки», науковий диспут, наукова полеміка та інші.

Словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо), бізнес-кейси (індивідуальні або командні), ділові ігри, методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали тощо), робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами, самостійна робота над індивідуальним завданням, тренінги, коучі, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів, реферативні та пошукові дослідження.

**Методичне забезпечення курсу:**

Під час викладання курсу **«Паблік рилейшнз»** використовується різні види і засоби методичного забезпечення:

1. Навчальні аудиторії, які обладнанні для проведення лекційних і семінарських занять.
2. Робоча програма навчальної дисципліни.
3. Опорні конспекти лекцій.
4. Методичні рекомендації для самостійного вивчення дисципліни та завдання до семінарських занять.
5. Завдання для колоквіуму; завдання для індивідуального творчого проекту; питання для підготовки до заліку.
6. Інтернет-ресурси.
7. Ілюстративні матеріали.
8. Набір карт: карта світу; карта сучасної Європи; карта України.
9. Аудіовізуальні, технічні і комп’ютерні засоби навчання: комп’ютери, мультимедійний проектор, екран інші технічні засоби навчання (ТЗН).
10. Авторські презентації та відеоматеріали, відеотека з навчальної дисципліни: «Паблік рилейшнз».