



**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
(вибіркової)**

PR-технології в культурно-освітній дозвілєвій сфері

спеціальності **011 Освітні, педагогічні науки**
освітнього ступеня **Бакалавр**
галузі знань **01 Освіта/Педагогіка**
освітня програма **«Педагогіка дозвілля»**

шифр за навчальним планом **ВВ2.2.05**


Робоча програма розроблена на підставі навчальної програми «PR-технології в культурно-освітній дозвіллевій сфері», затвердженої на засіданні Вченої ради факультету менеджменту освіти і науки НПУ імені М.П. Драгоманова «__25__» «__березня__» 2021 р., протокол №_9_____.

Розробники:

Саяук В. І. – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри педагогіки і психології вищої школи Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова.

Затверджено на засіданні кафедри педагогіки і психології вищої школи «__1__» _____ вересня _____ 2021 року, протокол №_1_____.

Завідувач кафедри



(підпис)

проф. Н.М. Дем'яненко
(прізвище та ініціали)

I. Опис дисципліни

Шифр дисципліни ВВ2.1.1.

Загальні характеристики дисципліни	Навчальне навантаження з дисципліни		Методи навчання і форми контролю
Галузь знань (шифр, назва) 01 Освіта / Педагогіка	Кількість кредитів - 3		Методи навчання: лекції, пояснення, розповіді, бесіди, спостереження, ілюстрування, вправи, демонстрування, навчальні дискусії
Спеціальність (код, назва) 011 Освітні, педагогічні науки	Загальна кількість годин - 90		
	<i>Денна</i>	<i>Заочна</i>	
	Лекції:		
	10	6	
Освітній рівень бакалавр	Семінарські заняття:		Форми поточного контролю: виконання практичних і тестових завдань, презентації, опитування, виконання самостійних завдань
	14	2	
Нормативна / вибіркова вибіркова	Практичні заняття:		
Рік вивчення дисципліни за навчальним планом третій	10	4	
	Лабораторні заняття:		
	–	–	
Семестр п'ятий	Індивідуальна робота:		Форми підсумкового контролю: залік
	-	–	
	Самостійна робота:		
	56	78	
Тижневе навантаження (год.) - аудиторне: 2 - самостійна робота: 6	Співвідношення аудиторних годин і годин СРС:		
	1:2	1:4	
Мова навчання - українська	1:2	1:4	

Предмет вивчення навчальної дисципліни – теоретичні і практичні основи комунікативних зв'язків закладів культурно-дозвілевої сфери з громадськістю.

Міждисциплінарні зв'язки – викладання дисципліни «PR-технології в культурно-освітній дозвіллевій сфері» узгоджено з вивченням таких дисциплін як «Теорія культурно-освітньої дозвіллевої діяльності», «Культурологія дозвілля», «Рекреалогія дозвілля», «Педагогіка культурно-дозвіллевої діяльності», «Проектна та франчайзингова системи дозвілля» та ін.

Мета і завдання навчальної дисципліни – формування готовності майбутніх бакалаврів до оволодіння системою теоретичних основ зв'язків із громадськістю, організації та проведення PR-заходів у культурно-освітній дозвіллевій сфері. Студент повинен ознайомитися із поняттям PR-технології у культурно-освітній дозвіллевій сфері, історією виникнення та перевагами, які створюються ними; усвідомити студентами суті теорії комунікацій як основи зв'язків із громадськістю; сформувати систему теоретичних і практичних основ PR-технології як системи; оволодіти методами і технологіями роботи із засобами масової інформації; набути практичних навичок і умінь планування, організації та проведення PR-заходів у культурно-освітній дозвіллевій сфері.

II. Основні результати навчання та компетентності, які вони формують

Результати навчання	Компетентності
ПРН2. Знати психолого-педагогічні особливості навчання, виховання та розвитку різних вікових груп населення у сфері культурно-освітнього дозвілля	ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, національні цінності мистецтва й досягнення суспільства на основі розуміння закономірностей розвитку в галузі культурно-освітньої діяльності, її місця в загальній системі знань про природу і суспільство.
ПРН4. Уміти вільно оперувати методиками організації та проведення індивідуальної, групової, культурно-дозвілєвої діяльності та рекреації	ФК1. Здатність здійснювати педагогічну діяльність в установах культури та загальноосвітніх установах. ФК5. Здатність використовувати основи теорії та методології мистецької освіти в професійній діяльності майбутніх фахівців культурно-дозвілєвої діяльності

III. Тематичний план дисципліни

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 3 кредити ЄКТС 90 годин.

№ з/п	Назви модулів і тем	Кількість годин (денна форма навчання)					Кількість годин (заочна форма навчання)				
		Аудиторні	Лекції	Практичні	Семінарські	СРС	Аудиторні	Лекції	Практичні	Семінарські	СРС
1.	Модуль 1 Теоретичні основи PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері	10	4	2	4	20	4	2		2	30
1.1	Тема 1. Поняття і зміст PR-технологій в культурно-освітній дозвіллевій сфері	4	2		2	10	2	2			15
1.2	Тема 2. Теорія комунікації як основа зв'язків з громадськістю	6	2	2	2	10	2			2	15
2.	Модуль 2 Організація PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері	24	6	8	10	36	8	4	4		48
2.1.	Тема 1. PR-технологія як система діяльності в культурно-освітній дозвіллевій сфері	10	2	4	4	12	2	2			16
2.2	Тема 2. Засоби масової комунікації як інструмент зв'язків із громадськістю	6	2	2	2	12	2		2		16
2.3	Тема 3. Планування, організація та проведення PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері	8	2	2	4	12	4	2	2		16
Разом:		34	10	10	14	56	12	6	4	2	78

IV. Зміст дисципліни

№ з/п	Назви модулів, тем та їх зміст	Кількість годин	
		усього	в т.ч. лекцій
1.	Модуль 1 Теоретичні основи PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері	10	4
1.1	<p>Тема 1. Поняття і зміст PR-технології в культурно-освітній дозвіллевій сфері</p> <p><i>Зміст теми.</i> Поняття PR-технології у культурно-освітній дозвіллевій сфері. Об'єкт і предмет зв'язків з громадськістю як галузі наукового знання. Завдання навчального курсу. Зв'язки з громадськістю в системі сучасних наук.</p> <p>Історія виникнення паблік рилейшнз. Основні етапи розвитку PR та еволюція концепцій PR. Перспективи PR у культурно-освітній дозвіллевій сфері в умовах конкурентного ринку.</p> <p>Функції та ролі паблік рилейшнз у культурно-освітній дозвіллевій сфері. Особливості PR-технології. Переваги створення PR-технологій.</p> <p><i>Рекомендовані інформаційні джерела</i></p> <p>1. Безумова Л. Г. Основы PR-технологий. – Самара : Самар. гуманит. акад., 2009. – 96 с.</p> <p>2. Брекенридж Д. PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты («PRбиблиотека») / Д. Брекенридж. – М. : Эксмо, 2010. – 272 с.</p> <p>3. Вифлиемский, А. Б. PR-технологии в образовании / А.Б. Вифлиемский // PR в образовании, 2003. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://probr.narod.ru/articles/PR-teh.htm.</p> <p>4. Горкина М. Б. и др. PR на 100%: как стать хорошим менеджером по PR / М. Б. Горкина, А. Мамонтов, И. Б. Манн. – Москва, 2010. – 120 с.</p> <p>5. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. – 831 с.</p> <p>6. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии / В. Ф. Кузнецов – М. : Аспект Пресс, 2007. – 302 с.</p> <p>7. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. – Київ : Знання, 2004. – 376 с.</p> <p>8. PR: современные технологии: учеб. пособие для вузов / Л. В. Володина [и др.]; под редакцией Л. В. Володиной. – СПб: ИВЭСЭП, 2008. – 264 с.</p> <p>9. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю / Є. Б. Тихомирова. – Київ: НМЦВО, 2001 – 560 с.</p>	4	2
1.2.	<p>Тема 2. Теорія комунікації як основа зв'язків з громадськістю</p> <p><i>Зміст теми.</i> Громадськість як суб'єкт комунікації. Громадська думка як об'єкт PR-діяльності. Роль PR-технологій у формуванні громадської думки у розвитку культурно-освітньої дозвіллевої сфери.</p> <p>Суспільні відносини та соціальна комунікація. Структура комунікації. Суб'єкти комунікації. Засоби комунікації. Предмет</p>	6	2

	<p>комунікації. Бар'єри комунікації. Середовище комунікації.</p> <p>Форми соціальної комунікації. Масова комунікація. Інформація у процесі комунікації.</p> <p>Методи впливу на громадськість. Методи вербальної і невербальної комунікації.</p> <p>Інтернет як комуникативний простір. Мережеві ресурси PR-комунікацій.</p> <p><i>Рекомендовані інформаційні джерела</i></p> <p>1. Андросова Л. А., Храмкина А. В. Особенности PR-коммуникаций в сети интернет. [Электронный ресурс]. Режим доступа: file:///C:/Users/USER/Downloads/osobennosti-pr-kommunikatsiy-v-seti-internet.pdf.</p> <p>2. Брекенридж Д. PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты. – М. : Эксмо, 2010. – 272 с.</p> <p>3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана / М. Кастельс. – Москва: Гос. ун-т ВШЭ, 2000. – 606 с.</p> <p>4. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. – 831 с.</p> <p>5. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии / В. Ф. Кузнецов – М. : Аспект Пресс, 2007. – 302 с.</p> <p>6. Марусяк Т. С. Методи та форми впливу на громадську думку у сучасному українському суспільстві / Марусяк Т. С. // Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право : збірник наукових праць. – 2014. – № 2 (22). – С. 90–94. https://ela.kpi.ua/handle/123456789/17085.</p> <p>7. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю / Є. Б. Тихомирова. – Київ: НМЦВО, 2001 – 560 с.</p> <p>8. Шейнов В. П. Пиар «белый» и «черный». Технология скрытого управления / В. П. Шейнов – Москва: АСТ, 2007. – 671 с.</p>		
2	<u>Модуль 2</u>		
	Організація PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері	24	6
2.1	<p>Тема 1. PR-технологія як система діяльності в культурно-освітній дозвіллевій сфері</p> <p><i>Зміст теми.</i> PR-технологія як система. Поняття PR-технології. Опис PR-технології. Ознаки й критерії PR-технологій. Складові моделі PR-технології.</p> <p>Види PR-технологій. Стратегічні і тактичні комунікаційні технології, внутрішні і зовнішні комунікаційні технології. Інформаційні технології та їх класифікація. Event – технологія: поняття і зміст. Ознаки класифікації івент. Типологія та класифікація івент-заходів (подієвих).</p> <p>Етапи розроблення PR-технології: теоретичний, методичний, процедурний. Методична експертиза PR-технології: поняття і зміст. Характеристика етапів проведення експертизи.</p> <p><i>Рекомендовані інформаційні джерела</i></p> <p>1. Абанкина Т.В. PR некоммерческой организации: теоретические основы современных PR-технологий и моделей коммуникации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.future.museum.ru/part01/010501.htm.</p> <p>2. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та</p>	10	2

	<p>методологічні основи. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168_no-5-6_vol-10_2005_UKR.pdf.</p> <p>3. Козлова Т. PR в деятельности учреждения культуры. Методическое пособие. – Москва : Содействие, 2006. – 96 с.</p> <p>4. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии / В. Ф. Кузнецов – Москва : Аспект Пресс, 2007. – 302 с.</p> <p>5. Лебедева Е. А. Технология работы учреждений культуры по связям с общественностью // Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А. В. Лебедев. – Москва : Прогресс-Традиция, 2011. – 149 с.</p> <p>6. Мойсеев В. А. Паблік рілейшнз / В. А. Мойсеев. – Київ : Академвидав, 2007. – 224 с.</p> <p>7. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз: навчальний посібник/ Г. Г. Почепцов. – Київ : Знання, 2004. – 376 с.</p> <p>8. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю / Є. Б. Тихомирова. – Київ: НМЦВО, 2001 – 560 с.</p> <p>9. Шарков Ф. И. Паблік рілейшнз. / Ф. И. Шарков. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 332 с.</p> <p>10. Шишкин Д. П., Гавра Д. П., Бровко С. Л. PR-кампании: методология и технология / Д. П. Шишкин, Д. П. Гавра, С. Л. Бровко. – Санкт-Петербург : Роза мира, 2004. – 187 с.</p>		
2.2	<p>Тема 2. Засоби масової комунікації як інструмент зв'язків із громадськістю</p> <p><i>Зміст теми.</i> Роль засобів масової комунікації у паблік рілейшнз. Види засобів масової інформації (ЗМІ). Функції засобів масової інформації. Робота служб PR зі ЗМІ. Інститут акредитації ЗМІ. Основні функції відповідального за зв'язки з пресою. Види письмових інформаційно-аналітичних матеріалів для ЗМІ.</p> <p>Інтерв'ю та прес-конференції в роботі зі ЗМІ щодо розвитку культурно-освітньої дозвілєвої сфери.</p> <p>Пабліситі: поняття і зміст. Види та функції пабліситі.. Програма пабліситі та її структура. Прес-реліз як засіб розповсюдження новин у сфері дозвілля. Зміст прес-релізу. Види прес-релізу.</p> <p>Паблік рілейшнз у формуванні іміджу закладу культурно-освітньої дозвілєвої сфери. Види іміджу та його структура. Фактори формування іміджу. Етапи формування іміджу. Корпоративний імідж закладу культурно-освітньої дозвілєвої сфери та його використання у паблік рілейшнз.</p> <p><i>Рекомендовані інформаційні джерела</i></p> <p>1. Абанкина Т.В. PR некоммерческой организации: теоретические основы современных PR-технологий и моделей коммуникации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.future.museum.ru/part01/010501.htm</p> <p>2. Андросова Л. А., Храмкина А. В. Особенности PR-коммуникаций в сети интернет. [Электронный ресурс]. Режим</p>	6	2

	<p>доступа: file:///C:/Users/USER/Downloads/osobennosti-pr-kommunikatsiy-v-seti-internet.pdf.</p> <p>3. Брекенридж Д. PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты. – Москва : Эксмо, 2010. – 272 с.</p> <p>4. Вежель Л. М. Основы зв'язків із громадськістю. – Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. – 123 с.</p> <p>5. Иванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. И., Білан Н. И. Основы рекламы і зв'язків із громадськістю / В. Ф. Иванов, В. В. Бугрим, А. И. Башук, Н. И. Білан. – Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. – 432 с.</p> <p>6. Козлова Т. PR в деятельности учреждения культуры. Методическое пособие. – Москва : Содействие, 2006. – 96 с.</p> <p>7. Лебедева Е. А. Технология работы учреждений культуры по связям с общественностью // Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А. В. Лебедев. – Москва : Прогресс-Традиция, 2011. – 149 с.</p> <p>8. Лукина М. Интернет-СМИ: теория и практика / М. Лукина. – Москва : Аспект Пресс, 2010. – 348 с.</p> <p>9. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління / І. Ю. Слісаренко. – Київ: МАУП, 2001. – 103 с.</p> <p>10. Шарков Ф. И. Паблік рилейшнз: Учебник / Ф. И. Шарков. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 332 с.</p> <p>11. Шейнов В. П. Пиар «белый» и «черный». Технология скрытого управления / В. П. Шейнов – Москва: АСТ, 2007. – 671 с.</p>		
2.3	<p>Тема 3. Планування, організація та проведення PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері</p> <p><i>Зміст теми.</i> Поняття PR-кампанії. Цілі та зміст проведення PR-кампанії. Види планів PR-кампанії: стратегічний, оперативний, ситуативний. Етапи розроблення планів PR-кампанії.</p> <p>Оцінка ефективності PR-кампанії. Етапи оцінки PR-кампанії. Методи оцінки PR-кампанії. PR в інтернеті та соціальних мережах. Ефективність PR-технологій в культурно-освітній дозвіллевій сфері.</p> <p>Організація PR у сфері дозвілля. Розроблення PR-замовлення. Ресурсне забезпечення PR-замовлення у закладі культурно-освітньої дозвіллевої сфери. Матеріально-технічне та інформаційне забезпечення впровадження паблік рилейшнз. PR у кризових ситуаціях. Корпоративний імідж закладу культурно-освітньої дозвіллевої сфери та його використання у паблік рилейшнз.</p> <p><i>Рекомендовані інформаційні джерела</i></p> <p>1. Абельмас Н. В. Универсальный справочник по паблік рилейшнз. / Н. В. Абельмас – Ростов на Дону: Феникс, 2008. – 95 с.</p> <p>2. Алексеева И. Как оценивать эффективность PR-кампании. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://bizentropy.biz/articles/84-kak-ocenivat-yeffektivnost-pr-kampanii.html.</p> <p>3. Безумова Л. Г. Основы PR-технологий : курс лекций для студентов 5-го курса очного и заочного отделений. – Самара : Самар. гуманит. акад., 2009. – 96 с.</p> <p>4. Вежель Л. М. Основы зв'язків із громадськістю. – Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. – 123 с.</p> <p>5. Горкина М. Б. и др. PR на 100%: как стать хорошим менеджером по PR / М. Б. Горкина, А. Мамонтов, И. Б. Манн. – Москва, 2010. –</p>	8	2

	<p>120 с.</p> <p>6. Гундарин М. В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации. 2-е изд., дополненное / М. В. Гундарин. – Санкт-Петербург : Питер, 2009. – 368с.</p> <p>7. Козлова Т. PR в деятельности учреждения культуры. Методическое пособие. – Москва : Содействие, 2006. – 96 с.</p> <p>8. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях / О. В. Курбан. – Київ : Кондор, 2016. – 246 с.</p> <p>9. Митрофанова Т. Ю. Создание имиджа организации социальнокультурной сферы с помощью PUBLIC RELATIONS технологий // Культура и образование, 2014. – № 3. – С.18.</p> <p>10. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник/ Г. Г.Почепцов. – Київ : Знання, 2004. – 376 с.</p> <p>11. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навчальний посібник /Т. О. Примак. – Київ : Центр учбової літератури, 2013. – 202 с.</p> <p>12. PR: современные технологии: учеб. пособие для вузов / Л. В. Володина [и др.]; под редакцией Л. В. Володиной. – Санкт-Петербург : ИВЭСЭП, 2008. – 264 с.</p> <p>13. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління /І. Ю. Слісаренко. – Київ: МАУП, 2001. – 103 с.</p> <p>14. Шишкин Д. П., Гавра Д. П., Бровко С. Л. PR-кампании: методология и технология / Д. П. Шишкин, Д. П. Гавра, С. Л. Бровко. – Санкт-Петербург : Роза мира, 2004. – 187 с.</p>		
--	---	--	--

4.2. Плани семінарських і практичних занять

4.2.1. Плани семінарських занять

Модуль 1. Теоретичні основи PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері

Тема 1. Роль PR-технологій в культурно-освітній дозвіллевій сфері

Зміст завдань до семінарських занять

1. Предмет PR-технології у культурно-освітній дозвіллевій сфері та її відмінність від реклами, пропаганди, маркетингу.
2. Етапи розвитку PR-технології та їх особливості.
3. Фактори становлення та розвитку PR-технології у культурно-освітній дозвіллевій сфері в Україні.
4. PR як вид професійної діяльності у культурно-освітній дозвіллевій сфері.

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Безумова Л. Г. Основы PR-технологий. – Самара : Самар. гуманит. акад., 2009. – 96 с.
2. Брекенридж Д. PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты («PRбиблиотека») / Д. Брекенридж. – М. : Эксмо, 2010. – 272 с.
3. Вифлиемский, А. Б. PR-технологии в образовании / А.Б. Вифлиемский // PR в образовании, 2003. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://probr.narod.ru/articles/PR-teh.htm>.
4. Горкина М. Б. и др. PR на 100%: как стать хорошим менеджером по PR / М. Б. Горкина, А. Мамонтов, И. Б. Манн. – Москва, 2010. – 120 с.
5. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. – 831 с.

6. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии / В. Ф. Кузнецов – М. : Аспект Пресс, 2007. – 302 с.
7. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. – Київ : Знання, 2004. – 376 с.
8. PR: современные технологии: учеб. пособие для вузов / Л. В. Володина [и др.]; под редакцией Л. В. Володиной. – СПб: ИВЭСЭП, 2008. – 264 с.
9. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю / Є. Б. Тихомирова. – Київ: НМЦВО, 2001 – 560 с.

Тема 2. Громадська думка як об'єкт PR-діяльності

Зміст завдань до семінарських занять

1. Поняття, характерні риси та ознаки громадської думки.
2. Функції громадської думки та її вплив на розвиток культурно-освітньої дозвілдової діяльності.
3. Роль PR-технологій у формуванні громадської думки у розвитку культурно-освітньої дозвілдової сфери.
4. Чутки як засіб комунікації та форма існування громадської думки.

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Андросова Л. А., Храпкина А. В. Особенности PR-коммуникаций в сети интернет. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <file:///C:/Users/USER/Downloads/osobennosti-pr-kommunikatsiy-v-seti-internet.pdf>.
2. Брекенридж Д. PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты. – М. : Эксмо, 2010. – 272 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана / М. Кастельс. – Москва: Гос. ун-т ВШЭ, 2000. – 606 с.
4. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. – 831 с.
5. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии / В. Ф. Кузнецов – М. : Аспект Пресс, 2007. – 302 с.
6. Марусяк Т. С. Методи та форми впливу на громадську думку у сучасному українському суспільстві / Марусяк Т. С. // Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право : збірник наукових праць. – 2014. – № 2 (22). – С. 90–94. <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/17085>.
7. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю / Є. Б. Тихомирова. – Київ: НМЦВО, 2001 – 560 с.
8. Шейнов В. П. Пиар «белый» и «черный». Технология скрытого управления / В. П. Шейнов – Москва: АСТ, 2007. – 671 с.

Модуль 2. Організація PR-технологій у культурно-освітній дозвілловій сфері

Тема 1. PR-технологія як система культурно-освітньої дозвілдової діяльності

Зміст завдань до семінарських занять

1. Поняття PR-технології як системи у діяльності закладу культурно-освітньої дозвілдової діяльності.
2. Системний опис PR-технології як моделі діяльності закладу дозвілдової діяльності.
3. Головні ознаки і критерії PR-технологій культурно-освітньої дозвілдової діяльності.
4. Класифікація PR-технологій культурно-освітньої дозвілдової діяльності та їх характерні ознаки.
5. Типологія та класифікація івент-заходів у культурно-освітній дозвілловій діяльності.

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Абанкина Т.В. PR некоммерческой организации: теоретические основы современных PR-технологий и моделей коммуникации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.future.museum.ru/part01/010501.htm>.

2. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168_no-5-6_vol-10_2005_UKR.pdf.

3. Козлова Т. PR в деятельности учреждения культуры. Методическое пособие. – Москва : Содействие, 2006. – 96 с.

4. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии / В. Ф. Кузнецов – Москва : Аспект Пресс, 2007. – 302 с.

5. Лебедева Е. А. Технология работы учреждений культуры по связям с общественностью // Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А. В. Лебедев. – Москва : Прогресс-Традиция, 2011. – 149 с.

6. Мойсеев В. А. Паблік рилейшнз / В. А. Мойсеев. – Київ : Академвидав, 2007. – 224 с.

7. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник/ Г. Г. Почепцов. – Київ : Знання, 2004. – 376 с.

8. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю / Є. Б. Тихомирова. – Київ: НМЦВО, 2001 – 560 с.

9. Шарков Ф. И. Паблік рилейшнз. / Ф. И. Шарков. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 332 с.

10. Шишкин Д. П., Гавра Д. П., Бровко С. Л. PR-кампании: методология и технология / Д. П. Шишкин, Д. П. Гавра, С. Л. Бровко. – Санкт-Петербург : Роза мира, 2004. – 187 с.

Тема 2. Розроблення PR-технології для культурно-освітньої дозвілєвої діяльності

Зміст завдань до семінарських занять

1. Етапи розроблення PR-технології: теоретичний, методичний, процедурний.
2. Поняття експертизи PR-технології та зміст.
3. Методи експертизи PR-технології та їх характеристика.
4. Етапи проведення експертизи PR-технології.

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Алексеева И. Как оценивать эффективность PR-кампании. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bizentropy.biz/articles/84-kak-ocenivat-yeffektivnost-pr-kampanii.html>.

2. Белобжецкий В. Методы оценки качества услуг// «РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция». – №1, 2012. – С. 19.

3. Калмыков А. А., Денисова М. А. Методическая экспертиза PR-технологий / А. А. Калмыков, М. А. Денисова // Консультант директора. – Москва : ИНФРА–М. – 2007. – № 14 (290).

4. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник/ Г. Г.Почепцов. – Київ : Знання, 2004. – 376 с.

5. PR: современные технологии: учеб. пособие для вузов / Л. В. Володина [и др.]; под редакцией Л. В. Володиной. – Санкт-Петербург : ИВЭСЭП, 2008. – 264 с.

Тема 3. Засоби масової комунікації у паблік рилейшнз

Зміст завдань до семінарських занять

1. Засоби масової інформації та комунікації: поняття та структура.
2. Робота служб PR закладу дозвілєвої діяльності зі ЗМІ.
3. Види письмових інформаційно-аналітичних матеріалів для ЗМІ.

4. Інтерв'ю та прес-конференції в роботі зі ЗМІ щодо розвитку культурно-освітньої дозвіллевої сфери.
5. Пабліситі: поняття і зміст.
6. Паблік рилейшнз у формуванні іміджу закладу культурно-освітньої дозвіллевої сфери.

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Абанкина Т.В. PR некоммерческой организации: теоретические основы современных PR-технологий и моделей коммуникации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.future.museum.ru/part01/010501.htm>
2. Андросова Л. А., Храпкина А. В. Особенности PR-коммуникаций в сети интернет. [Электронный ресурс]. Режим доступа: file:///C:/Users/USER/Downloads/ osobennosti-pr-kommunikatsiy-v-seti-internet.pdf.
3. Брекенридж Д. PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты. – Москва : Эксмо, 2010. – 272 с.
4. Вежель Л. М. Основы зв'язків із громадськістю. – Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. – 123 с.
5. Иванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. И., Білан Н. И. Основы рекламы і зв'язків із громадськістю / В. Ф. Иванов, В. В. Бугрим, А. И. Башук, Н. И. Білан. – Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. – 432 с.
6. Козлова Т. PR в деятельности учреждения культуры. Методическое пособие. – Москва : Содействие, 2006. – 96 с.
7. Лебедева Е. А. Технология работы учреждений культуры по связям с общественностью // Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А. В. Лебедев. – Москва : Прогресс-Традиция, 2011. – 149 с.
8. Лукина М. Интернет-СМИ: теория и практика / М. Лукина. – Москва : Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
9. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління / І. Ю. Слісаренко. – Київ: МАУП, 2001. – 103 с.
10. Шарков Ф. И. Паблік рилейшнз: Учебник / Ф. И. Шарков. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 332 с.
11. Шейнов В. П. Пиар «белый» и «черный». Технология скрытого управления / В. П. Шейнов – Москва: АСТ, 2007. – 671 с.

Тема 4. PR-кампанії в культурно-освітній дозвіллевій діяльності

Зміст завдань до семінарських занять

1. Поняття і зміст PR-кампанії у діяльності закладу культурно-освітньої дозвіллевої діяльності.
2. Аналітичний етап реалізації PR-кампанії: організація і проведення.
3. Планування PR-кампанії у діяльності закладу культурно-освітньої дозвіллевої діяльності.
4. Реалізація PR-кампанії закладом культурно-освітньої дозвіллевої діяльності.
5. Оцінка ефективності PR-кампанії закладом культурно-освітньої дозвіллевої діяльності.

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Абельмас Н. В. Универсальный справочник по паблік рилейшнз / Н. В. Абельмас – Ростов на Дону: Феникс, 2008. – 95 с.
2. Алексеева И. Как оценивать эффективность PR-кампании. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bizentropy.biz/articles/84-kak-ocenivat-yeffektivnost-pr-kampanii.html>.
3. Безумова Л. Г. Основы PR-технологий : курс лекций для студентов 5-го курса очного и заочного отделений. – Самара : Самар. гуманитар. акад., 2009. – 96 с.

4. Вежелъ Л. М. Основы зв'язків із громадськістю. – Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. – 123 с.
5. Горкина М. Б. и др. PR на 100%: как стать хорошим менеджером по PR / М. Б. Горкина, А. Мамонтов, И. Б. Манн. – Москва, 2010. – 120 с.
6. Гундарин М. В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации. 2-е изд., дополненное / М. В. Гундарин. – Санкт-Петербург : Питер, 2009. – 368с.
7. Козлова Т. PR в деятельности учреждения культуры. Методическое пособие. – Москва : Содействие, 2006. – 96 с.
8. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях / О. В. Курбан. – Київ : Кондор, 2016. – 246 с.
9. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник/ Г. Г.Почепцов. – Київ : Знання, 2004. – 376 с.
10. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навчальний посібник / Т. О. Примак. – Київ : Центр учбової літератури, 2013. – 202 с.
11. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління / І. Ю. Слісаренко. – Київ: МАУП, 2001. – 103 с.
12. Шишкин Д. П., Гавра Д. П., Бровко С. Л. PR-кампании: методология и технология / Д. П. Шишкин, Д. П. Гавра, С. Л. Бровко. – Санкт-Петербург : Роза мира, 2004. – 187 с.

Тема 5. Організація PR у сфері дозвілля

Зміст завдань до семінарських занять

1. PR-відділ закладу культурно-освітньої дозвіллевої сфери та організація його роботи.
2. Розроблення і виконання PR-замовлення та його ресурсне забезпечення.
4. PR у кризових ситуаціях закладу культурно-освітньої дозвіллевої сфери.
5. Корпоративний імідж закладу культурно-освітньої дозвіллевої сфери та його використання у паблік рилейшнз.

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Абельмас Н. В. Универсальный справочник по паблік рилейшнз. /Н. В. Абельмас – Ростов на Дону: Феникс, 2008. – 95 с.
2. Алексеева И. Как оценивать эффективность PR-кампании. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bizentropy.biz/articles/84-kak-ocenivat-yeffektivnost-pr-kampanii.html>.
3. Безумова Л. Г. Основы PR-технологий : курс лекций для студентов 5-го курса очного и заочного отделений. – Самара : Самар. гуманит. акад., 2009. – 96 с.
4. Вежелъ Л. М. Основы зв'язків із громадськістю. – Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. – 123 с.
5. Горкина М. Б. и др. PR на 100%: как стать хорошим менеджером по PR / М. Б. Горкина, А. Мамонтов, И. Б. Манн. – Москва, 2010. – 120 с.
6. Гундарин М. В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации. 2-е изд., дополненное / М. В. Гундарин. – Санкт-Петербург : Питер, 2009. – 368с.
7. Козлова Т. PR в деятельности учреждения культуры. Методическое пособие. – Москва : Содействие, 2006. – 96 с.
8. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях / О. В. Курбан. – Київ : Кондор, 2016. – 246 с.
9. Митрофанова Т. Ю. Создание имиджа организации социальнокультурной сферы с помощью PUBLIC RELATIONS технологий // Культура и образование, 2014. – № 3. – С.18.
10. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник/ Г. Г.Почепцов. – Київ : Знання, 2004. – 376 с.
11. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навчальний посібник /Т. О. Примак. – Київ : Центр учбової літератури, 2013. – 202 с.

12. PR: современные технологии: учеб. пособие для вузов / Л. В. Володина [и др.]; под редакцией Л. В. Володиной. – Санкт-Петербург : ИВЭСЭП, 2008. – 264 с.
13. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління / І. Ю. Слісаренко. – Київ: МАУП, 2001. – 103 с.
14. Шишкин Д. П., Гавра Д. П., Бровко С. Л. PR-кампании: методология и технология / Д. П. Шишкин, Д. П. Гавра, С. Л. Бровко. – Санкт-Петербург : Роза мира, 2004. – 187 с.

4.2.2. Плани практичних занять

Модуль І. Теоретичні основи PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері

Тема 1. Комунікації як основа зв'язків з громадськістю

Зміст завдань до практичних занять

1. Актуалізація знань студентів про поняття та роль комунікації у культурно-освітній дозвіллевій сфері.
2. Ознайомлення студентів із структурою комунікації.
3. Робота студентів у групі: практика використання методів вербальної і невербальної комунікації.
4. Презентація результатів групової роботи та їх обговорення.

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Андросова Л. А., Храпкина А. В. Особенности PR-коммуникаций в сети интернет. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <file:///C:/Users/USER/Downloads/osobennosti-pr-kommunikatsiy-v-seti-internet.pdf>.
2. Брекенридж Д. PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты. – М. : Эксмо, 2010. – 272 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана / М. Кастельс. – Москва: Гос. ун-т ВШЭ, 2000. – 606 с.
4. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. – 831 с.
5. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии / В. Ф. Кузнецов – М. : Аспект Пресс, 2007. – 302 с.
6. Марусяк Т. С. Методи та форми впливу на громадську думку у сучасному українському суспільстві / Марусяк Т. С. // Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право : збірник наукових праць. – 2014. – № 2 (22). – С. 90–94. <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/17085>.
7. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю / Є. Б. Тихомирова. – Київ: НМЦВО, 2001 – 560 с.
8. Шейнов В. П. Пиар «белый» и «черный». Технология скрытого управления / В. П. Шейнов – Москва: АСТ, 2007. – 671 с.

Модуль 2. Організація PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері

Тема 1. Технологія розроблення івент-заходу

Зміст завдань до практичних занять

1. Актуалізація знань студентів про поняття івент та їх класифікацію у культурно-освітній дозвіллевій сфері.
2. Ознайомлення студентів із технологією розроблення івент-заходу.
3. Робота студентів у парах: практика розроблення івент-заходу на запропоновану тему.
4. Презентація результатів роботи студентів, їх обговорення.

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Абанкина Т.В. PR некоммерческой организации: теоретические основы современных PR-технологий и моделей коммуникации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.future.museum.ru/part01/010501.htm>.
2. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168__по-5-6__vol-10__2005__UKR.pdf.
3. Козлова Т. PR в деятельности учреждения культуры. Методическое пособие. – Москва : Содействие, 2006. – 96 с.
4. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии / В. Ф. Кузнецов – Москва : Аспект Пресс, 2007. – 302 с.
5. Лебедева Е. А. Технология работы учреждений культуры по связям с общественностью // Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А. В. Лебедев. – Москва : Прогресс-Традиция, 2011. – 149 с.
6. Мойсеев В. А. Паблік релейшнз / В. А. Мойсеев. – Київ : Академвидав, 2007. – 224 с.
7. Почепцов Г. Г. Паблік релейшнз: навчальний посібник/ Г. Г. Почепцов. – Київ : Знання, 2004. – 376 с.
8. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю / Є. Б. Тихомирова. – Київ: НМЦВО, 2001 – 560 с.
9. Шарков Ф. И. Паблік релейшнз. / Ф. И. Шарков. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 332 с.
10. Шишкин Д. П., Гавра Д. П., Бровко С. Л. PR-кампании: методология и технология / Д. П. Шишкин, Д. П. Гавра, С. Л. Бровко. – Санкт-Петербург : Роза мира, 2004. – 187 с.

Тема 2. Експертиза PR-технології

Зміст завдань до практичних занять

1. Актуалізація знань студентів про експертизу PR-технології.
2. Ознайомлення студентів із методикою проведення експертизи.
3. Індивідуальна робота студентів: проведення експертизи запропонованої PR-технології.
4. Обговорення результатів проведеної роботи.

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Абанкина Т.В. PR некоммерческой организации: теоретические основы современных PR-технологий и моделей коммуникации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.future.museum.ru/part01/010501.htm>.
2. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168__по-5-6__vol-10__2005__UKR.pdf.
3. Козлова Т. PR в деятельности учреждения культуры. Методическое пособие. – Москва : Содействие, 2006. – 96 с.
4. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии / В. Ф. Кузнецов – Москва : Аспект Пресс, 2007. – 302 с.
5. Лебедева Е. А. Технология работы учреждений культуры по связям с общественностью // Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А. В. Лебедев. – Москва : Прогресс-Традиция, 2011. – 149 с.
6. Мойсеев В. А. Паблік релейшнз / В. А. Мойсеев. – Київ : Академвидав, 2007. – 224 с.

7. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник/ Г. Г. Почепцов. – Київ : Знання, 2004. – 376 с.
8. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю / Є. Б. Тихомирова. – Київ: НМЦВО, 2001 – 560 с.
9. Шарков Ф. И. Паблік рилейшнз. / Ф. И. Шарков. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 332 с.
10. Шишкин Д. П., Гавра Д. П., Бровко С. Л. PR-кампанії: методологія і технологія / Д. П. Шишкин, Д. П. Гавра, С. Л. Бровко. – Санкт-Петербург : Роза мира, 2004. – 187 с.

Тема 3. PR закладу культурно-освітньої дозвілєвої діяльності зі ЗМІ

Зміст завдань до практичних занять

1. Бесіда зі студентами «Роль засобів масової комунікації у паблік рилейшнз».
2. Мікрвикладання з елементами тренінгу «Види письмових інформаційно-аналітичних матеріалів для ЗМІ».
3. Індивідуальна робота студентів із розроблення прес-релізу на запропоновану тему.
4. Колективне обговорення одержаних результатів роботи.

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Абанкіна Т.В. PR некомерческой организации: теоретические основы современных PR-технологий и моделей коммуникации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.future.museum.ru/part01/010501.htm>
2. Андросова Л. А., Храпкина А. В. Особенности PR-коммуникаций в сети интернет. [Электронный ресурс]. Режим доступа: file:///C:/Users/USER/Downloads/ osobennosti-pr-kommunikatsiy-v-seti-internet.pdf.
3. Брекенридж Д. PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты. – Москва : Эксмо, 2010. – 272 с.
4. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю. – Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. – 123 с.
5. Иванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. И., Білан Н. И. Основи реклами і зв'язків із громадськістю / В. Ф. Иванов, В. В. Бугрим, А. И. Башук, Н. И. Білан. – Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. – 432 с.
6. Козлова Т. PR в деятельности учреждения культуры. Методическое пособие. – Москва : Содействие, 2006. – 96 с.
7. Лебедева Е. А. Технология работы учреждений культуры по связям с общественностью // Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А. В. Лебедев. – Москва : Прогресс-Традиция, 2011. – 149 с.
8. Лукина М. Интернет-СМИ: теория и практика / М. Лукина. – Москва : Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
9. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління / І. Ю. Слісаренко. – Київ: МАУП, 2001. – 103 с.
10. Шарков Ф. И. Паблік рилейшнз: Учебник / Ф. И. Шарков. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 332 с.
11. Шейнов В. П. Пиар «белый» и «черный». Технология скрытого управления /В. П. Шейнов – Москва: АСТ, 2007. – 671 с.

Тема 4. Розроблення PR-замовлення для культурно-освітньої дозвілєвої сфери

Зміст завдань до практичних занять

1. Обговорення зі студентами поняття та змісту PR-замовлення та його ресурсного забезпечення.
2. Робота студентів у групах: розроблення PR-замовлення за визначеною темою.

3. Колективне обговорення одержаних результатів роботи.
4. Дискусія по темі «Сучасний стан організації PR у сфері дозвілля»

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Абельмас Н. В. Универсальный справочник по публичным релейшнз. /Н. В. Абельмас – Ростов на Дону: Феникс, 2008. – 95 с.
2. Алексеева И. Как оценивать эффективность PR-кампании. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bizentropy.biz/articles/84-kak-ocenivat-yeffektivnost-pr-kampanii.html>.
3. Безумова Л. Г. Основы PR-технологий : курс лекций для студентов 5-го курса очного и заочного отделений. – Самара : Самар. гуманит. акад., 2009. – 96 с.
4. Вежель Л. М. Основы зв'язків із громадськістю. – Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. – 123 с.
5. Горкина М. Б. и др. PR на 100%: как стать хорошим менеджером по PR / М. Б. Горкина, А. Мамонтов, И. Б. Манн. – Москва, 2010. – 120 с.
6. Гундарин М. В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации. 2-е изд., дополненное / М. В. Гундарин. – Санкт-Петербург : Питер, 2009. – 368с.
7. Козлова Т. PR в деятельности учреждения культуры. Методическое пособие. – Москва : Содействие, 2006. – 96 с.
8. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях / О. В. Курбан. – Київ : Кондор, 2016. – 246 с.
9. Митрофанова Т. Ю. Создание имиджа организации социальнокультурной сферы с помощью PUBLIC RELATIONS технологий // Культура и образование, 2014. – № 3. – С.18.
10. Почепцов Г. Г. Паблік релейшнз: навчальний посібник/ Г. Г.Почепцов. – Київ : Знання, 2004. – 376 с.
11. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навчальний посібник /Т. О. Примак. – Київ : Центр учбової літератури, 2013. – 202 с.
12. PR: современные технологии: учеб. пособие для вузов / Л. В. Володина [и др.]; под редакцией Л. В. Володиной. – Санкт-Петербург : ИВЭСЭП, 2008. – 264 с.
13. Слісаренко І. Ю. Паблік релейшнз у системі комунікації та управління / І. Ю. Слісаренко. – Київ: МАУП, 2001. – 103 с.
14. Шишкин Д. П., Гавра Д. П., Бровко С. Л. PR-кампании: методология и технология / Д. П. Шишкин, Д. П. Гавра, С. Л. Бровко. – Санкт-Петербург : Роза мира, 2004. – 187 с.

4.3. Організація самостійної роботи студентів

Модуль 1. Теоретичні основи PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері

Тема 1. Поняття і зміст PR-технології в культурно-освітній дозвіллевій сфері

Зміст завдань для самостійної роботи студентів та форми звітності

1. Опрацюйте рекомендовані інформаційні джерела та складіть таблицю ретроспективного аналізу становлення і розвитку паблік релейшнз.
2. Ознайомтеся з концептуальними підходами до визначення поняття «PR-технології у культурно-освітній дозвіллевій сфері» та підготуйте конспект.
3. Опрацюйте літературні джерела та занотуйте у конспекті функції та ролі паблік релейшнз у культурно-освітній дозвіллевій сфері.
5. Актуалізуйте теоретичні положення про переваги створення PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері.

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Безумова Л. Г. Основы PR-технологий. – Самара : Самар. гуманит. акад., 2009. – 96 с.

2. Брекенридж Д. PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты («PRбиблиотека») / Д. Брекенридж. – М. : Эксмо, 2010. – 272 с.
3. Вифлиемский, А. Б. PR-технологии в образовании / А.Б. Вифлиемский // PR в образовании, 2003. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://probr.narod.ru/articles/PR-teh.htm>.
4. Горкина М. Б. и др. PR на 100%: как стать хорошим менеджером по PR / М. Б. Горкина, А. Мамонтов, И. Б. Манн. – Москва, 2010. – 120 с.
5. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. – 831 с.
6. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии / В. Ф. Кузнецов – М. : Аспект Пресс, 2007. – 302 с.
7. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. – Київ : Знання, 2004. – 376 с.
8. PR: современные технологии: учеб. пособие для вузов / Л. В. Володина [и др.]; под редакцией Л. В. Володиной. – СПб: ИВЭСЭП, 2008. – 264 с.
9. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю / Є. Б. Тихомирова. – Київ: НМЦВО, 2001 – 560 с.

Тема 2. Теорія комунікації як основа зв'язків з громадськістю

Зміст завдань для самостійної роботи студентів та форми звітності

1. Актуалізуйте знання з поняття «громадська думка» як об'єкт PR-діяльності.
2. Розгляньте структура комунікації у PR та складіть її схему взаємозв'язків.
3. Ознайомтеся з формами соціальної комунікації та підготуйте короткий конспект.
4. Проаналізуйте методи впливу на громадськість та складіть аналітичну таблицю методів вербальної і невербальної комунікації.

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Андросова Л. А., Храпкина А. В. Особенности PR-коммуникаций в сети интернет. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <file:///C:/Users/USER/Downloads/osobennosti-pr-kommunikatsiy-v-seti-internet.pdf>.
2. Брекенридж Д. PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты. – М. : Эксмо, 2010. – 272 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана / М. Кастельс. – Москва: Гос. ун-т ВШЭ, 2000. – 606 с.
4. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. – 831 с.
5. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии / В. Ф. Кузнецов – М. : Аспект Пресс, 2007. – 302 с.
6. Марусяк Т. С. Методи та форми впливу на громадську думку у сучасному українському суспільстві / Марусяк Т. С. // Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право : збірник наукових праць. – 2014. – № 2 (22). – С. 90–94. <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/17085>.
7. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю / Є. Б. Тихомирова. – Київ: НМЦВО, 2001 – 560 с.
8. Шейнов В. П. Пиар «белый» и «черный». Технология скрытого управления / В. П. Шейнов – Москва: АСТ, 2007. – 671 с.

Модуль 2. Організація PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері

Тема 1. PR-технологія як система діяльності в культурно-освітній дозвіллевій сфері

Зміст завдань для самостійної роботи студентів та форми звітності

1. Вивчіть рекомендовані інформаційні джерела. Проведіть аналіз поняття «PR-технологія як система». Результати роботи зазначте у конспекті.
2. Розгляньте опис PR-технології. Опишіть складові моделі PR-технології у конспекті.
3. Ознайомтеся з видами PR-технологій. Складіть описову таблицю видів PR-технологій.
4. Складіть таблицю етапів розроблення PR-технології.

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Абанкина Т.В. PR некоммерческой организации: теоретические основы современных PR-технологий и моделей коммуникации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.future.museum.ru/part01/010501.htm>.
2. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168_no-5-6_vol-10_2005_UKR.pdf.
3. Козлова Т. PR в деятельности учреждения культуры. Методическое пособие. – Москва : Содействие, 2006. – 96 с.
4. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии / В. Ф. Кузнецов – Москва : Аспект Пресс, 2007. – 302 с.
5. Лебедева Е. А. Технология работы учреждений культуры по связям с общественностью // Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А. В. Лебедев. – Москва : Прогресс-Традиция, 2011. – 149 с.
6. Мойсеев В. А. Паблік рилейшнз / В. А. Мойсеев. – Київ : Академвидав, 2007. – 224 с.
7. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник/ Г. Г.Почепцов. – Київ : Знання, 2004. – 376 с.
8. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю / Є. Б. Тихомирова. – Київ: НМЦВО, 2001 – 560 с.
9. Шарков Ф. И. Паблік рилейшнз. / Ф. И. Шарков. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 332 с.
10. Шишкин Д. П., Гавра Д. П., Бровко С. Л. PR-кампании: методология и технология / Д. П. Шишкин, Д. П. Гавра, С. Л. Бровко. – Санкт-Петербург : Роза мира, 2004. – 187 с.

Тема 2. Засоби масової комунікації як інструмент зв'язків із громадськістю

Зміст завдань для самостійної роботи студентів та форми звітності

1. Опрацюйте рекомендовані інформаційні джерела та визначіть суть поняття «засоби масової інформації». Результати роботи зазначте у словнику.
2. Розгляньте функції засобів масової інформації. Результати роботи зазначте у конспекті.
3. Опрацюйте рекомендовані літературні джерела та виокреміть види письмових інформаційно-аналітичних матеріалів для ЗМІ. Результати роботи зазначте у конспекті.
4. Опрацюйте рекомендовані інформаційні джерела та визначіть складові корпоративного іміджу закладу культурно-освітньої дозвіллевої сфери. Результати роботи зазначте у конспекті.

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Абанкина Т.В. PR некоммерческой организации: теоретические основы современных PR-технологий и моделей коммуникации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.future.museum.ru/part01/010501.htm>
2. Андросова Л. А., Храпкина А. В. Особенности PR-коммуникаций в сети интернет. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <file:///C:/Users/USER/Downloads/osobennosti-pr-kommunikatsiy-v-seti-internet.pdf>.
3. Брекенридж Д. PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты. – Москва : Эксмо, 2010. – 272 с.

4. Вежель Л. М. Основы зв'язків із громадськістю. – Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. – 123 с.
5. Иванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основы рекламы і зв'язків із громадськістю / В. Ф. Иванов, В. В. Бугрим, А. І. Башук, Н. І. Білан. – Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. – 432 с.
6. Козлова Т. PR в деятельности учреждения культуры. Методическое пособие. – Москва : Содействие, 2006. – 96 с.
7. Лебедева Е. А. Технология работы учреждений культуры по связям с общественностью // Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А. В. Лебедев. – Москва : Прогресс-Традиция, 2011. – 149 с.
8. Лукина М. Интернет-СМИ: теория и практика / М. Лукина. – Москва : Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
9. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління / І. Ю. Слісаренко. – Київ: МАУП, 2001. – 103 с.
10. Шарков Ф. И. Паблік рилейшнз: Учебник / Ф. И. Шарков. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 332 с.
11. Шейнов В. П. Пиар «белый» и «черный». Технология скрытого управления /В. П. Шейнов – Москва: АСТ, 2007. – 671 с.

Тема 3. Планування, організація та проведення PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері

Зміст завдань для самостійної роботи студентів та форми звітності

1. Опрацюйте рекомендовані інформаційні джерела й ознайомтеся з цілями та змістом проведення PR-кампанії. За результатами роботи підготуйте короткий конспект.
2. Розгляньте види планів PR-кампанії та складіть таблицю їх опису.
3. Ознайомтеся із методами оцінки PR-кампанії та опишіть їх у конспекті.
4. Розгляньте особливості розроблення PR-замовлення та розробіть PR-замовлення за вибором.

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Абельмас Н. В. Универсальный справочник по паблік рилейшнз. /Н. В. Абельмас – Ростов на Дону: Феникс, 2008. – 95 с.
2. Алексеева И. Как оценивать эффективность PR-кампании. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bizentropy.biz/articles/84-kak-ocenivat-yeffektivnost-pr-kampanii.html>.
3. Безумова Л. Г. Основы PR-технологий : курс лекций для студентов 5-го курса очного и заочного отделений. – Самара : Самар. гуманит. акад., 2009. – 96 с.
4. Вежель Л. М. Основы зв'язків із громадськістю. – Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. – 123 с.
5. Горкина М. Б. и др. PR на 100%: как стать хорошим менеджером по PR / М. Б. Горкина, А. Мамонтов, И. Б. Манн. – Москва, 2010. – 120 с.
6. Гундарин М. В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации. 2-е изд., дополненное / М. В. Гундарин. – Санкт-Петербург : Питер, 2009. – 368с.
7. Козлова Т. PR в деятельности учреждения культуры. Методическое пособие. – Москва : Содействие, 2006. – 96 с.
8. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях / О. В. Курбан. – Київ : Кондор, 2016. – 246 с.
9. Митрофанова Т. Ю. Создание имиджа организации социальнокультурной сферы с помощью PUBLIC RELATIONS технологий // Культура и образование, 2014. – № 3. – С.18.
10. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник/ Г. Г.Почепцов. – Київ : Знання, 2004. – 376 с.

11. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навчальний посібник /Т. О. Примак. – Київ : Центр учбової літератури, 2013. – 202 с.
12. PR: современные технологии: учеб. пособие для вузов / Л. В. Володина [и др.]; под редакцией Л. В. Володиной. – Санкт-Петербург : ИВЭСЭП, 2008. – 264 с.
13. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління /І. Ю. Слісаренко. – Київ: МАУП, 2001. – 103 с.
14. Шишкин Д. П., Гавра Д. П., Бровко С. Л. PR-кампанії: методологія и технологія / Д. П. Шишкин, Д. П. Гавра, С. Л. Бровко. – Санкт-Петербург : Роза мира, 2004. – 187 с.

У. Контроль якості знань студентів

Система оцінювання результатів успішності засвоєння знань, умінь, комунікацій, автономності та відповідальності студентів з навчальної дисципліни включає поточний і семестровий контроль якості результатів навчання. Підсумкова оцінка студента із вивчення дисципліни визначається за 100 бальною шкалою.

5.1. Форми і методи поточного контролю

Формою підсумкового контролю успішності навчання є залік.

Поточний контроль здійснюється упродовж семестру під час проведення лекційних, семінарських і практичних занять, виконання самостійної роботи. Він оцінюється сумою набраних балів за всіма темами (100 балів). При виставленні студентам балів оцінюється: відвідування навчальних занять, рівень засвоєння теоретичних знань, практичних умінь і навичок з тем, включених до змістових модулів; доповідь та участь в обговоренні питань на семінарських і практичних заняттях; якість виконання самостійних завдань; активність на заняттях. Під час виставлення балів студентам необхідно також враховувати: своєчасність та якість виконання навчальних завдань; повноту та обсяг їх виконання; самостійність виконання; творчий підхід у виконанні завдань; ініціативність у навчальній діяльності. Загальна оцінка за дисципліну (підсумкова) визначається як сума балів за всіма модулями (таблиця).

Розподіл балів, які отримують студенти у поточному контролі

Розподіл балів	Змістовий модуль 1		Змістовий модуль 2			Результати поточного контролю	Результати підсумкового контролю
	T 1	T2	T 1	T2	T3		
Максимальна кількість балів	7	24	26	13	30	100	100

T1, T2, ... T3 – теми змістових модулів.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів у поточному контролі застосовуються такі методи:

- методи усного контролю: індивідуальне та фронтальне опитування, співбесіда;
- методи самоконтролю: уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

5.2. Форми і методи підсумкового контролю

Під час підсумкового контролю проводиться залік. За результатами заліку визначається рівень і якість засвоєння студентами навчального матеріалу з дисципліни.

5.3. Критерії оцінювання знань студентів

Критерії оцінювання рівня знань студентів застосовуються під час поточного і підсумкового контрольів. Вони визначаються за 4-баловою, 100-баловою і ЄКТС шкалою оцінювання та наведені у таблиці.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
80-89	B	добре	
70-79	C		
65-69	D	задовільно	
60-64	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Оцінка «відмінно» ставиться студенту за вичерпні, обгрунтовані відповіді з теоретичних основ дисципліни; правильне розв'язання практичних завдань і вправ; демонстрацію знання матеріалів, які містяться у рекомендованих для вивчення підручниках, посібниках, рекомендаціях; аналізу, узагальнення і висновків у процесі навчальної діяльності; правильного оформлення завдань; присутності на навчальних заняттях, наявності конспекту лекцій і виконанні завдання з самостійної роботи всіх тем курсу.

Оцінка «добре» ставиться студенту, коли він демонструє знання матеріалу, але допускає незначну кількість помилок при використанні термінів, категорій і розрахунків, проте за допомогою викладача швидко орієнтується та знаходить правильні відповіді; був присутнім на навчальних заняттях, має конспект лекцій і виконанні завдання з самостійної роботи з головних тем курсу.

Оцінку «задовільно» одержує студент, коли він дає правильну відповідь не менше ніж на 60% запитань, або на всі запитання дає недостатньо обгрунтовані та вичерпні відповіді; припускається грубих помилок при викладенні навчального матеріалу та виконання практичних і самостійних завдань, які виправляє за допомогою викладача; був присутнім на декількох навчальних заняттях, має не повністю заповнений конспект лекцій і не всі виконанні завдання з самостійної роботи.

Оцінка «незадовільно» ставиться студентку у двох випадках: з можливістю повторного складання іспиту – коли студент володіє навчальним матеріалом не менше ніж на 35%, або на всі запитання дає необгрунтовані та невичерпні відповіді; має неповний конспект лекцій; не всі практичні й самостійні завдання виконані та з обов'язковим повторним вивченням дисципліни – коли студент не володіє навчальним матеріалом, не виконав практичні та самостійні завдання, не брав участі в семінарських заняттях, відсутній конспект лекцій.

VI. Навчально-методична карта дисципліни (додаток А)

УІ. Основні й допоміжні інформаційні джерела для вивчення курсу

Основні:

1. Абанкина Т.В. PR некоммерческой организации: теоретические основы современных PR-технологий и моделей коммуникации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.future.museum.ru/part01/010501.htm>
2. Абельмас Н. В. Универсальный справочник по публич рилейшнз. / Н. В. Абельмас – Ростов на Дону: Феникс, 2008. – 95 с.
3. Алексеева И. Как оценивать эффективность PR-кампании. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bizentropy.biz/articles/84-kak-ocenivat-yeffektivnost-pr-kampanii.html>.
4. Алашкин П. Всё о рекламе и продвижении в Интернете. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fictionbook.ru/static/trials/06/13/50/06135014.a4.pdf>.
5. Андросова Л. А., Храпкина А. В. Особенности PR-коммуникаций в сети интернет. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <file:///C:/Users/USER/Downloads/osobennosti-pr-kommunikatsiy-v-seti-internet.pdf>.
6. Безумова Л. Г. Основы PR-технологий : курс лекций для студентов 5-го курса очного и заочного отделений. – Самара : Самар. гуманитар. акад., 2009. – 96 с.
7. Белобжецкий В. Методы оценки качества услуг// «РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция». – №1, 2012. – С. 19.
8. Брекенридж Д. PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты. – Москва : Эксмо, 2010. – 272 с.
9. Вежель Л. М. Основи зв'язків із громадськістю. – Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. – 123 с.
10. Вифлиемский, А. Б. PR-технологии в образовании / А. Б. Вифлиемский // PR в образовании, 2003. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://probr.narod.ru/articles/PR-teh.htm>.
11. Гнатюк О. Л. Основы теории коммуникации / О. Л. Гнатюк. – Москва : КНОРУС, 2010. – 256 с.
12. Горкина М. Б. и др. PR на 100%: как стать хорошим менеджером по PR / М. Б. Горкина, А. Мамонтов, И. Б. Манн. – Москва, 2010. – 120 с.
13. Гундарин М. В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации. 2-е изд., дополненное / М. В. Гундарин. – Санкт-Петербург : Питер, 2009. – 368с.
14. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. [Електронний ресурс]. Режим доступа: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168_no-5-6_vol-10_2005_UKR.pdf.
15. Иванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основи реклами і зв'язків із громадськістю / В. Ф. Иванов, В. В. Бугрим, А. І. Башук, Н. І. Білан. – Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. – 432 с.
16. Калмыков А. А., Денисова М. А. Методическая экспертиза PR-технологий / А. А. Калмыков, М. А. Денисова // Консультант директора. – Москва : ИНФРА-М. – 2007. – № 14 (290).
17. Козлова Т. PR в деятельности учреждения культуры. Методическое пособие. – Москва : Содействие, 2006. – 96 с.
18. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии / В. Ф. Кузнецов – Москва : Аспект Пресс, 2007. – 302 с.

19. Лебедева Е. А. Технология работы учреждений культуры по связям с общественностью // Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А. В. Лебедев. – Москва : Прогресс-Традиция, 2011. – 149 с.
20. Лукина М. Интернет-СМИ: теория и практика / М. Лукина. – Москва : Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
21. Марусяк Т. С. Методи та форми впливу на громадську думку у сучасному українському суспільстві / Марусяк Т. С. // Вісник НГУУ «КП». Політологія. Соціологія. Право : збірник наукових праць. – 2014. – № 2 (22). – С. 90–94.
22. Мойсеев В. А. Паблік рілейшнз / В. А. Мойсеев. – Київ : Академвидав, 2007. – 224 с.
23. Пізнюк Л. В. Паблік рілейшнз: навчальний посібник для дистанційного навчання / Л. В. Пізнюк. – Київ : Університет «Україна», 2005. – 239 с.
24. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз: навчальний посібник / Г. Г. Почепцов. – Київ : Знання, 2004. – 376 с.
25. PR: современные технологии: учеб. пособие для вузов / Л. В. Володина [и др.]; под редакцией Л. В. Володиной. – Санкт-Петербург : ИВЭСЭП, 2008. – 264 с.
26. Ромат Є. В., Бучацька І. О., Дубовик Т. В. Зв'язки з громадськістю / Є. В. Ромат, І. О. Бучацька, Т. В. Дубовик – Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2016. – 284 с.
27. Слісаренко І. Ю. Паблік рілейшнз у системі комунікації та управління / І. Ю. Слісаренко. – Київ: МАУП, 2001. – 103 с.
28. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю / Є. Б. Тихомирова. – Київ: НМЦВО, 2001 – 560 с.
29. Шарков Ф. И. Паблік рілейшнз: Учебник / Ф. И. Шарков. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 332 с.
30. Шейнов В. П. Пиар «белый» и «черный». Технология скрытого управления / В. П. Шейнов – Москва: АСТ, 2007. – 671 с.
31. Шишкин Д. П., Гавра Д. П., Бровко С. Л. PR-кампании: методология и технология / Д. П. Шишкин, Д. П. Гавра, С. Л. Бровко. – Санкт-Петербург : Роза мира, 2004. – 187 с.

Допоміжні:

1. Алешина И. В. Паблік рілейшнз для менеджерів / И. В. Алешина. – Москва: ИКФ Экмос, 2002. – 480 с.
2. Безумова Л. Г. Основы PR-технологий / Л. Г. Безумова. – Самара : Самар. гуманит. акад., 2009. – 96 с.
3. Дагаева, Е. А. Анализ образовательных тенденций на рынке образовательных услуг / Е. А. Дагаева // Вестник ТИУиЭ, 2006. – №2. – С.82–85.
4. Иванов В. Ф., Дудко О. С. Журналістика в піарі та піар у журналістиці / В. Ф. Иванов, О. С. Дудко. – Київ : Грамота, 2010. – 288 с.
5. Кальна-Дубінюк Т. П., Буряк Р. І. Паблік рілейшнз / Т. П. Кальна-Дубінюк, Р. І. Буряк. – К., 2010. – 204 с.
6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана / М. Кастельс. – Москва: Гос. ун-т ВШЭ, 2000. – 606 с.
7. Катлип С. М., Центер А. Х., Брум Г. М. Паблік рілейшнз: теория и практика / С. М. Катлип, А. Х. Центер, Г. М. Брум. – Москва : Вильямс, 2003. – 615 с.
8. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. – 831 с.

9. Кочубей Л. О. PR у політичній сфері / Л. О. Кочубей. – Київ: НАН України, Ін-т політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса, 2013. – 472 с.
10. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях / О. В. Курбан. – Київ : Кондор, 2016. – 246 с.
11. Лукашенко М. А. Высшее учебное заведение на рынке образовательных услуг: актуальные проблемы управления / М. А. Лукашенко. – М.: Маркет ДС, 2003. – 358 с.
12. Митрофанова Т. Ю. Создание имиджа организации социальнокультурной сферы с помощью PUBLIC RELATIONS технологий // Культура и образование, 2014. – № 3. – С.18.
13. Полякова О. О. Основи публік релієшнз: курс лекцій / О. О. Полякова. – Х: НУЦЗУ, 2012. – 79 с.
14. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навчальний посібник /Т. О. Примак. – Київ : Центр учбової літератури, 2013. – 202 с.
15. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика: пер. с англ. Москва : ИНФРА-М, 2002. – 493 с.
16. Романцов А.Н. Event-Маркетинг: сущность и особенности организации. [Електроний ресурс]. Режим доступу: <http://www.kniga.com>
17. Чижик А. В. Тенденции вербальной коммуникации и визуального оформления Интернет-СМИ в эпоху Web 2.0 / А. В. Чижик // Медиалингвистика. – № 2. – 2013. – С. 240–243.
18. <http://www.pidruchniki.ws>.
19. <http://www.nbu.gov.ua>.
20. <http://www.osvita.ua>.
21. <http://www.vocabulary.ru>.

УШ. Доповнення та зміни, внесені до робочої програми в 20__ / 20__ н.р.¹

¹ Доповнення та зміни до робочої програми додаються на окремому аркуші, затверджуються на засіданні кафедри на початку навчального року

VI. Навчально-методична карта дисципліни «PR-технології в культурно-освітній дозвіллевій сфері», група ЗПДБд

5 СЕМЕСТР: лекції - 10 год., семінарські – 14 год., практичні – 10 год., самостійна робота – 56 год., залік (разом: 90 год.) (ДЕННА форма навчання)

Тиждень	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
Назва модуля	Модуль 1. Теоретичні основи PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері (31 бал)					Модуль 2. Організація PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері (69 балів)												
Теми лекцій	Л.1. Поняття і зміст PR-технологій в культурно-освітній дозвіллевій сфері		Л.2. Теорія комунікації як основа зв'язків з громадськістю		Л.3. PR-технологія як система діяльності в культурно-освітній дозвіллевій сфері			Л.4. Засоби масової комунікації як інструмент зв'язків із громадськістю			Л.5. Планування, організація та проведення PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері							
Теми семінарських занять	С1. Роль PR-технологій в культурно-освітній дозвіллевій сфері (7 балів)		С2. Громадська думка як об'єкт PR-діяльності (7 балів)		С3. PR-технологія як система культурно-освітньої дозвіллевої діяльності (7 балів)		С4. Розроблення PR-технологій для культурно-освітньої дозвіллевої діяльності (7 балів)		С5. Засоби масової комунікації у публік рілейшнз (10 балів) (7 балів)			С6. PR-кампанії в культурно-освітній дозвіллевій діяльності (7 балів)		С7. Організація PR у сфері дозвілля (7 балів)				
Теми практичних занять			Пр.1 Комунікації як основа зв'язків з громадськістю (7 балів)		Пр.2 Технологія розроблення івент-заходу (6 балів)		Пр.3 Експертиза PR-технології (6 балів)		Пр.4 PR закладу культурно-освітньої дозвіллевої діяльності зі ЗМІ (6 балів)			Пр.5 Розроблення PR-замовлення для культурно-освітньої дозвіллевої сфери (6 балів)						
Самостійна робота	Підготовлення до семінарських і практичних занять та модульного контролю					Підготовлення до семінарських і практичних занять та модульного контролю												
Види контролю	МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ 1. Тест (10 балів)					МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ 2. Тест (10 балів)												
	Залік 100 балів																	

**VI. Навчально-методична карта дисципліни «PR-технології в культурно-освітній дозвіллевій сфері», група ЗПДБз
5 СЕМЕСТР: лекції - 6 год., семінарські – 2 год., практичні – 4 год., самостійна робота – 78 год., залік (разом: 90год.) (ЗАОЧНА форма навчання)**

Тиждень	Осіньна сесія		
Назва модуля	Модуль 1. Теоретичні основи PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері (42 бали)	Модуль 2. Організація PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері (58 балів)	
Теми лекцій	Л.1. Поняття і зміст PR-технології в культурно-освітній дозвіллевій сфері Теорія комунікації як основа зв'язків з громадськістю	Л.2. PR-технологія як система діяльності в культурно-освітній дозвіллевій сфері Засоби масової комунікації як інструмент зв'язків із громадськістю	Л.3. Планування, організація та проведення PR-технологій у культурно-освітній дозвіллевій сфері
Теми семінарських занять	С1. Громадська думка як об'єкт PR-діяльності (16 балів)		
Теми практичних занять		Пр.1 PR закладу культурно-освітньої дозвіллевої діяльності зі ЗМІ (16 балів)	Пр.2 Розроблення PR-замовлення для культурно-освітньої дозвіллевої сфери (16 балів)
Самостійна робота	Підготувати реферат і презентацію по темі: «Комунікації як основа зв'язків з громадськістю» (16 балів)	Підготувати реферат і презентацію по темі: PR-кампанії в культурно-освітній дозвіллевій діяльності (16 балів)	
Види контролю	МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ 1. Тест (10 балів)	МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ 2. Тест (10 балів)	
	Залік 100 балів		