

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Інститут післядипломної освіти та довузівської підготовки



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ТА СОЦІАЛЬНА ВЗАЄМОДІЯ

Галузь знань **28** «Публічне управління та адміністрування»

Спеціальність **281** «Публічне управління та адміністрування»

Інститут післядипломної освіти та довузівської підготовки

Івано-Франківськ, 2022-2023 н.р.

Робоча програма «Зв'язки з громадськістю та соціальна взаємодія» для студентів спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування». 18 с.

Розробник:

Боришкевич І. І. – к.е.н., викладач кафедри управління та бізнес-адміністрування

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри управління та бізнес-адміністрування

Протокол від 30 серпня 2022 року № 1

Завідувач кафедри управління
та бізнес-адміністрування



_____ (підпис)

П'ятничук І. Д.

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 28 «Публічне управління та адміністрування»	Нормативна	
	Спеціальність 281 «Публічне управління та адміністрування»		
Змістових модулів – 2	Освітня програма Публічне управління та адміністрування	Рік підготовки:	
Індивідуальне науково-дослідне завдання: виконується в межах самостійної роботи		2-й	2-й
Загальна кількість годин – 90		Семестр	
		4-й	4-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 8	Освітній рівень: бакалавр	Лекції	
		16 год.	6 год.
		Практичні заняття	
		14 год.	4 год.
		Лабораторні заняття	
		-	-
		Самостійна робота	
		60 год.	80 год.
Індивідуальні завдання			
-	-		
Вид контролю: екзамен			

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 50 %

для заочної форми навчання – 12,5 %.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни: є забезпечення успішного засвоєння здобувачами вищої освіти концептуальних основ теорії зв'язків з громадськістю та соціальної взаємодії, використання основних елементів PR-технологій; формування сучасної системи професійних знань і навичок у сфері стратегії та методики створення бренду в публічному управлінні.

Предмет дисципліни: сукупність теоретичних, методичних та практичних питань, пов'язаних із управлінням зв'язками із громадськістю в публічному

управлінні в різноманітних ситуаціях.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:

Змістовний модуль 1. Теоретичні засади зв'язків з громадськістю та особливості соціальної взаємодії.

Змістовний модуль 2. Практично-прикладні аспекти зв'язків з громадськістю.

Основними **цілями** вивчення дисципліни «Зв'язки з громадськістю та соціальна взаємодія» є засвоєння здобувачами вищої освіти навчального матеріалу стосовно:

- сутності, змісту та історії виникнення зв'язків з громадськістю;
- особливостей громадськості в системі PR;
- сучасних методів та цифрового PR;
- особливостей та інструментарію PR;
- алгоритму планування PR-кампанії;
- корпоративного іміджу та його використання у PR;
- видів, стратегії та методики створення бренду в публічному управлінні;
- формування особистого бренду.

Компетентності навчання:

ІК. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері публічного управління та адміністрування або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та наукових методів відповідної галузі і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

ЗК2. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК3. 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 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.

ЗК8. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК9. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК10. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК12. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК13. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп

різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів діяльності).

ФК.1. Здатність до соціальної взаємодії, до співробітництва й розв'язання конфліктів.

ФК.3. Здатність забезпечувати дотримання нормативно-правових та морально-етичних норм поведінки.

ФК.5. Здатність використовувати систему електронного документообігу.

ФК.7. Здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності.

ФК.10. Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного управління та адміністрування.

ФК.11. Здатність у складі робочої групи проводити прикладні дослідження в сфері публічного управління та адміністрування.

Програмні результати навчання:

ПР7. Уміти організовувати та брати участь у волонтерських/культурно-освітніх/спортивних проектах, спрямованих на формування здорового способу життя / активної громадянської позиції.

ПР11. Уміти здійснювати пошук та узагальнення інформації, робити висновки і формулювати рекомендації в межах своєї компетенції.

ПР12. Уміти налагодити комунікацію між громадянами та органами державної влади і місцевого самоврядування.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні засади зв'язків з громадськістю та особливості соціальної взаємодії

Тема 1. Сутність, зміст та історія виникнення зв'язків з громадськістю

1. Передумови виникнення системи зв'язків з громадськістю
2. Завдання та види зв'язків з громадськістю
3. Основні принципи, функції та напрями PR
4. Відмінні риси маркетингу та PR

Тема 2. Громадськість в системі PR

1. Поняття «громадськість» у теорії і практиці PR
2. Громадська думка та методи її дослідження
3. Відносини з державою як напрям діяльності в сфері PR
4. Лобіювання як сфера зв'язків з громадськістю

Тема 3. Нові методи і цифровий PR

1. Поняття та розвиток нових медіа
2. Стратегія успіху цифрових медіа
3. Інструменти реалізації цифрових медіа

Тема 4. Особливості та інструментарій PR

1. Підготовка та оформлення основних документів в PR
2. Інші засоби взаємодії зі ЗМІ
3. Внутрішньокорпоративний PR

Змістовий модуль 2. Практично-прикладні аспекти зв'язків з громадськістю

Тема 5. Планування PR-кампанії

1. Особливості та види PR-кампаній
2. Алгоритм планування PR-кампанії
3. Реалізація PR-кампанії

Тема 6. Корпоративний імідж та його використання у PR

1. Корпоративний імідж: сутність, завдання та функції
2. Структура та елементи корпоративного іміджу
3. Етапи формування та управління корпоративним іміджем
4. Місце і роль особистого іміджу керівника у формуванні корпоративного іміджу

Тема 7. Види, стратегії та методика створення бренду в публічному управлінні

1. Функції бренду, види брендів та їх зміст
2. Позиціонування бренду
3. Цикл створення бренду
4. Розроблення імені та візуалізації бренду

Тема 8. Формування особистого бренду

1. Сутність та особливості особистого бренду
2. Конструктор особистого бренду
3. Формування особистого бренду у соцмережах

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістовних модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л.	п.	лаб.	інд.	с.р.		л.	п.	лаб.	інд.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовний модуль 1. Теоретичні засади зв'язків з громадськістю та особливості соціальної взаємодії												
Тема 1. Сутність, зміст та історія виникнення зв'язків з громадськістю	10	2	-	-	-	8	12	2	-	-	-	10
Тема 2. Громадськість в системі PR	10	2	2	-	-	6	10	-	-	-	-	10
Тема 3. Нові методи і цифровий PR	12	2	2	-	-	8	10	-	-	-	-	10
Тема 4. Особливості та інструментарій PR	12	2	2	-	-	8	14	2	2	-	-	10
Разом за змістовним модулем 1	44	8	6	-	-	30	46	4	2	-	-	40
Змістовний модуль 2. Практично-прикладні аспекти зв'язків з громадськістю												
Тема 5. Планування PR-кампанії	12	2	2	-	-	8	14	2	2	-	-	10
Тема 6. Корпоративний імідж та його використання у PR	10	2	2	-	-	6	10	-	-	-	-	10
Тема 7. Види, стратегії та методика створення бренду в публічному управлінні	12	2	2	-	-	8	10	-	-	-	-	10
Тема 8. Формування особистого бренду	12	2	2	-	-	8	10	-	-	-	-	10
Разом за змістовним модулем 2	46	8	8	-	-	30	44	2	2	-	-	40
Усього годин	90	16	14	-	-	60	90	6	4	-	-	80

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	2	3
1.	Тема 2. Громадськість в системі PR	2
2.	Тема 3. Нові методи і цифровий PR	2
3.	Тема 4. Особливості та інструментарій PR	2
4.	Тема 5. Планування PR-кампанії	2
5.	Тема 6. Корпоративний імідж та його використання у PR	2
6.	Тема 7. Види, стратегії та методика створення бренду в публічному управлінні	2
7.	Тема 8. Формування особистого бренду	2
	Разом	14

6. Теми лабораторних занять

Відповідно до робочої програми з дисципліни «Зв'язки з громадськістю та соціальна взаємодія» лабораторні заняття не заплановані.

7. Самостійна робота

Самостійна робота студентів при вивченні дисципліни «Зв'язки з громадськістю та соціальна взаємодія» складається з різних її видів:

- 1) підготовка до аудиторних занять (лекцій, практичних занять);
- 2) самостійне поглиблене опрацювання тем навчальної дисципліни згідно з навчально-тематичним планом та проходження тестування за результатами опрацювання;
- 3) підготовка індивідуального проєкту.

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	2	3
1.	Тема 1. Сутність, зміст та історія виникнення зв'язків з громадськістю	8
2.	Тема 2. Громадськість в системі PR	6
3.	Тема 3. Нові методи і цифровий PR	8
4.	Тема 4. Особливості та інструментарій PR	8
5.	Тема 5. Планування PR-кампанії	8
6.	Тема 6. Корпоративний імідж та його використання у PR	6
7.	Тема 7. Види, стратегії та методика створення бренду в публічному управлінні	8
8.	Тема 8. Формування особистого бренду	8
	Разом	90

8. Індивідуальне завдання

(виконується в межах самостійної роботи)

Вивчення дисципліни «Зв'язки з громадськістю та соціальна взаємодія» передбачає обов'язкову підготовку індивідуального проєкту: «PR в публічній організації». Необхідно змоделювати роботу в одній з публічній організації у ролі керівника та виконати наступні завдання:

1. Розробити логотип публічної організації. Обґрунтувати свій вибір.
2. Придумати слоган публічної організації, який запам'ятовується.
3. Сформувати стратегію розвитку особистого бренду як керівника публічної організації.
4. Спланувати проведення PR-кампанії. Результати оформити у вигляді інформаційної моделі.
5. Придумати інформаційний привід і розробити сценарій проведення

спеціальної події.

6. Здійснити моніторинг ЗМІ та обрати найбільш вдалі для подальшої співпраці.

7. Написати прес-реліз для надсилання його в ЗМІ.

8. Оформити бекграунд як додаток до прес-релізу.

9. Написати промову для виступу перед гостями та журналістами на відкритті Вашої публічної організації.

Презентація власного дослідження відбувається у вигляді підготовленої доповіді та створеної презентації (до 15 слайдів) за допомогою інструментів Power Point, Prezi, Canva чи ін.

9. Методи навчання

За характером пізнавальної діяльності, при вивченні дисципліни «Зв'язки з громадськістю та соціальна взаємодія» використовуються наступні методи навчання.

Методи навчання	Характеристика
Наочні методи навчання	Ґрунтуються на візуальному сприйнятті інформації (читання лекцій та підготовка практичних завдань із використанням мультимедійних презентацій, демонстрація тематичних відеороликів).
Інтерактивні методи навчання	Ґрунтуються на принципі зворотного зв'язку, коли здобувач освіти отримує відповіді, зауваження та поради щодо певної проблематики від викладача чи одногрупників; коли здобувачі освіти взаємодіють між собою, а викладач виступає координатором та наставником, а також стежить за дотриманням навчальних та етичних норм. Серед інтерактивних методів навчання використовуються: відповіді на запитання та опитування думок здобувачів освіти, кейс-стаді, дискусії, мозковий штурм, ігровий метод.
Практичні методи навчання	Передбачають виконання практичних завдань. Серед практичних методів навчання використовуються практичні роботи, вправи, написання есе.
Інноваційні методи навчання	Поєднують інтерактивні та комп'ютерні технології. Серед інноваційних методів навчання використовуються: компетентнісний метод (спрямований на розвиток професійних навичок, вмінь та якостей здобувачів освіти), проєктно-дослідницький метод (спрямований на вирішення проблемного питання через розвиток пошукових та аналітичних якостей здобувачів освіти, а також навичок командної роботи), використання інформаційно-комунікаційних технологій та діджитал-інструментів. Програми і сервіси, які використовуються: сервіси та програмні продукти від Microsoft, інструменти Google, графічні редактори Crello та Canva, хмарне презентаційне програмне забезпечення Prezi, конструктор лендінгових сторінок of.ua, Diagrams.net, Kahoot, Mentimeter, QR Генератор, Cutt.ly.

Методи дистанційного навчання	Ґрунтуються на використанні інформаційних технологій, в т.ч. університетської авторської системи дистанційного навчання, платформ для організації відеоконференцій: Zoom Video Communications, Google Meet, Cisco Webex.
-------------------------------	--

10. Методи контролю та критерії оцінювання

Накопичування балів під час вивчення дисципліни здобувачем вищої освіти здійснюється у такому співвідношенні (підсумковий контроль у формі екзамену):

- 1) обсяг балів за практичні заняття – 25 %
- 2) обсяг балів за самостійну роботу:
 - тестування – 15 %
 - індивідуальний проєкт – 10 %
- 3) обсяг балів за екзамен – 50 %.

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті за виступ та виконання письмового завдання студентом. Передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми під час роботи на практичних заняттях та набутих професійних навичок під час виконання практичних завдань.

Оцінювання відповідей здобувачів освіти на практичних заняттях відбувається згідно навчального розкладу за 100 бальною шкалою. Вага оцінки за кожен вид навчальної роботи та відповідну тему відображена у таблиці. Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може отримати за виконання завдань на практичних заняттях складає 25 балів.

Накопичування балів під час вивчення дисципліни

Вид навчальної роботи	№ теми								Разом
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Практичне заняття (опрацювання завдання)	-	3	4	4	4	3	4	3	25
Самостійна робота (тестування з теми)	2	2	2	2	2	2	2	1	15
Самостійна робота (індивідуальний проєкт)									10
Екзамен									50
Максимальна кількість балів									100

Критерії поточного оцінювання:

«90-100 балів» – здобувач вищої освіти в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу.

«70-89 балів» – здобувач вищої освіти достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.

«50-69 балів» – здобувач вищої освіти в цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.

«Менше 50 балів» – здобувач вищої освіти не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.

Додаткові бали до поточного контролю здобувач освіти може отримати, пройшовши навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни протягом навчального семестру, взявши участь у науковому, освітньому чи прикладному проєкті, який відповідає предмету дисципліни чи підготувавши дайджест (добір уривків з різних джерел на певну тематику). У форматі дайджестів можна зробити системний аналіз будь-якого теоретичного положення, розкрити різні точки зору на будь-яку проблему, тему, питання та зробити узагальнюючі висновки:

2 бали – нараховується здобувачам освіти, які пройшли навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни протягом навчального семестру.

2 бали – нараховується здобувачам освіти, які взяли участь у науковому, освітньому чи прикладному проєкті, який відповідає предмету дисципліни.

1 бал – нараховується здобувачам освіти, які підготували дайджест на певну тематику в межах вивчення дисципліни.

Також за рішенням кафедри управління та бізнес-адміністрування здобувачам освіти, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.) (див. ст. 4).

Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/>

Контроль за самостійну роботу.

Самостійна робота здобувачів освіти передбачає:

1. Тестування.
2. Підготовка індивідуального проєкту.

Тестовий контроль. Студент опрацьовує питання, що призначенні для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування в системі дистанційного навчання (d-learn.pnu.edu.ua) (дві спроби – кращий результат).

Оцінювання за кожен тестовий контроль здійснюється за 100 бальною шкалою. Вага оцінки за відповідну тему відображена у таблиці вище. Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може отримати за тестовий контроль складає 15 балів.

Підготовка індивідуального проєкту.

Вивчення дисципліни передбачає обов'язкову підготовку індивідуального проєкту. Оцінювання індивідуального проєкту здійснюється за 100 бальною шкалою. Максимальна кількість балів за індивідуальний проєкт складає 10 балів. Сума балів за індивідуальний проєкт розраховується за наступною формулою:

$$y = \frac{x \times 10}{100},$$

де x – кількість балів, яку отримав здобувач вищої освіти (за 100-бальною шкалою),

Метою підготовки індивідуального проєкту є закріплення теоретичних знань і практичних навичок з дисципліни.

Критерії оцінювання індивідуального проєкту:

«90-100 балів» – індивідуальний проєкт виконано на високому рівні, вирішено усі поставлені завдання. Під час усного захисту проєкту здобувач освіти проявив повне володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«70-89 балів» – індивідуальний проєкт містить деякі незначні помилки та суперечні питання, які можуть бути виправлені письмово, або захищені усно. Під час усного захисту проєкту здобувач освіти проявив достатнє володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«50-69 балів» – індивідуальний проєкт містить незначні помилки та суперечні питання, які можуть бути виправлені письмово, або захищені усно, проте сам проєкт не містить всебічного аналізу, а поставлені питання вирішені не повністю. Під час усного захисту проєкту здобувач освіти проявив загальне володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«Менше 50 балів» – індивідуальний проєкт не відповідає поставленим завданням, допущені суттєві помилки та неточності.

Підсумковий семестровий контроль являє собою підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр, що з даної дисципліни здійснюється у формі екзамену. Підсумковий семестровий контроль оцінюється від 0 до 100 балів і переводиться у національну шкалу та шкалу ЄКТС.

Оцінювання за екзамен відбувається у 100-бальній шкалі, отримана оцінка сходиться на ваговий коефіцієнт 0,5. Оцінка за екзамен формується із суми відповідей здобувачів освіти (максимум 50 балів):

- 1) 1 теоретичне запитання (15 балів);
- 2) знання дефініції (5 балів);
- 3) розв'язування тестових завдань (15 балів: 5 тестів по 3 бали кожен) та вирішення практичного завдання (15 балів).

В умовах дистанційного навчання ідентифікація здобувача вищої освіти відбувається з використанням програми Zoom і екзамен складається через виконання тільки письмової компоненти (30 тестових питань у системі дистанційного навчання університету (d-learn.pnu.edu.ua) (максимум 50 балів).

Повторне складання екзаменів допускається не більше двох разів з кожної дисципліни: один раз викладачеві (талон №2) тестування в системі дистанційного навчання + усне опитування відповідно до програмових вимог, другий – комісії (талон №3) реалізується виключно у тестовій формі з використанням організаційно-технологічних процесів.

Якщо студент не склав навчальну дисципліну за талоном 3, дозволяється повторне вивчення навчальної дисципліни впродовж наступного семестру (планується за рахунок власного часу студента і не фінансується з бюджетних коштів).

Шкала оцінювання для екзамену

університетська	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
80-89	B	добре
70-79	C	
60-69	D	
50-59	E	задовільно
25-49	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-24	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

11. Перелік питань, які виносяться на екзамен

1. Передумови виникнення системи зв'язків з громадськістю
2. Завдання зв'язків з громадськістю
3. Види зв'язків з громадськістю
4. Основні принципи PR
5. Функції PR
6. Напрями PR
7. Відмінні риси маркетингу та PR
8. Поняття «громадськість» у теорії і практиці PR
9. Громадська думка та методи її дослідження
10. Відносини з державою як напрям діяльності в сфері PR
11. Лобіювання як сфера зв'язків з громадськістю
12. Поняття та розвиток нових медіа
13. Стратегія успіху цифрових медіа
14. Інструменти реалізації цифрових медіа
15. Правила оформлення інформаційної моделі
16. Інформаційний привід – основа підготовки документів для роботи із ЗМІ
17. Загальні вимоги для прес-релізів
18. Характеристика бекграунду
19. Характеристика факт-листа і факт-довідки
20. Правила оформлення ділових листів
21. Види та цілі ділових листів
22. Правила написання статті
23. Характеристика запрошення, проспекту, буклету, брошури та листівки
24. Характеристика інтерв'ю та фокус-груп
25. Характеристика прес-конференції
26. Характеристика брифінгу
27. Характеристика промови та виступу
28. Особливості ведення переговорів
29. Підготовка до презентації
30. Характеристика прес-туру

31. Внутрішньокорпоративний PR
32. Особливості та види PR-кампаній
33. Алгоритм планування PR-кампанії
34. Реалізація PR-кампанії
35. Корпоративний імідж: сутність, завдання та функції
36. Структура та елементи корпоративного іміджу
37. Етапи формування та управління корпоративним іміджем
38. Місце і роль особистого іміджу керівника у формуванні корпоративного іміджу
39. Функції бренду, види брендів та їх зміст
40. Позиціонування бренду
41. Цикл створення бренду
42. Розроблення імені та візуалізації бренду
43. Сутність та особливості особистого бренду
44. Конструктор особистого бренду
45. Формування особистого бренду у соцмережах

12. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність

Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:

1. Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
2. Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
3. Положення про запобігання академічному плагіату та інших видів академічної нечесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
4. Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
5. Склад комісії з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
6. Лист МОН України «До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності».

Ознайомитися з даними положеннями та документами можна за посиланням: <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>

Пропуски занять (відпрацювання)

Можливість і порядок відпрацювання пропущених здобувачем освіти

занять регламентується «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів освіти ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.) (див. ст. 4).

Ознайомитися з положенням можна за посиланням: <https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/>

Виконання завдання пізніше встановленого терміну

У разі виконання завдання здобувачем освіти пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за завдання – «незадовільно», відповідно до «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.) (див. ст. 4-5).

Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/>

Невідповідна поведінка під час заняття

Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.14 «Відрахування студентів» «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти».

Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/>

Неформальна освіта

Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №819 від 29.11.2019; із внесеними змінами наказом № 80 від 12.02.2021 р.). Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/>

13. Рекомендовані літературні джерела

1. Сайт дистанційного навчання. URL : <https://test-d-learn.pnu.edu.ua/>
2. Курс «Комунікаційні інструменти для побудови репутації» // Prometheus. URL : <https://prometheus.org.ua/>

3. Курс «Взаємодія органів державної влади з громадськістю» // Prometheus. URL : <https://prometheus.org.ua/>
4. Курс «Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування з громадськістю» // Prometheus. URL : <https://prometheus.org.ua/>
5. Boryshkevych I. Development of Pedagogical Staff as an Integral Element of Forming a Positive Image of an Educational Institution. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*. 2021. Vol. 8. № 3. P. 52-59. <https://doi.org/10.15330/jpnu.8.3.52-59>
6. Piatnychuk I., Boryshkevych I., Tomashevskaya A., Hryhoruk I., Sala D. Online Tools in Providing Feedback in Management. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*. 2022. Vol. 9. № 3. P. 5-17. <https://doi.org/10.15330/jpnu.9.3.6-17>
7. Zoriana Buryk, Olha Zhuk, Iryna Boryshkevych, Iryna Piatnychuk, Nataliia Horohotska, Nataliia Varenia Mechanisms of Management of Social and Economic Security of The State on the Basis of Data Formalization (Case of Ukraine): *International Business Information Management Conference (34th IBIMA) Madrid, Spain 13-14 November 2019*. pp 11133-11135.
8. Боришкевич І. І. Особливості етики ділового спілкування у сучасному ринковому середовищі. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2021. Вип. 17. Т 1. С. 67-75. <https://doi.org/10.15330/apred.1.17.67-75>
9. Боришкевич І. І., П'ятничук І. Д. Планування PR-кампанії на прикладі громадської організації. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. Вип. 18. С. 95-103. <https://doi.org/10.15330/apred.2.18.95-103>
10. Боришкевич І. І., Дегтяр О. А., Подолян М. І. Ефективний бренд у сфері ресторанного бізнесу як складова брендингу міста: державно-управлінський аспект. *Електронне наукове видання «Публічне адміністрування та національна безпека»*. 2021. №5. <https://doi.org/10.25313/2617-572X-2021-5-7637>
11. Буковський Р. В. Сутність взаємодії з громадськістю у системі публічного управління. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 21. С. 107-110. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.21.107>
12. Вакун О. В., Семчук І. В., Грабчук О. В. PR-служба в сфері державного управління: основні напрями розвитку. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2021. № 7. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=2119>. <https://doi.org/10.32702/2307-2156-2021.7.31>
13. Грищенко І. М., Горбата Л. П. Пріоритетні напрями і шляхи забезпечення інформаційної відкритості в органах публічної влади. *Public and municipal administration: theory, methodology, practice: Collective monograph*. Riga: Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2020. С. 20-39.

14. Зяйлик М. Ф. Роль та значення функцій зв'язків із громадськістю у системі публічного управління. *Актуальні проблеми публічного управління та адміністрування*: колективна монографія. Т. : ФОП Паляниця В. А. С. 33-49.
15. Марті Ньюмеєр Zag. Найкращий посібник з брендингу : книга. Харків : Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2017. 192 с.
16. Орлик С. В., Стежко З. В. Зв'язки з громадськістю як сфера професійної діяльності в Україні. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2021. Вип. 11. С. 348-367.
17. П'ятничук І. Д., Боришкевич І. І., Вовк М. Використання інформаційних систем для оцінки PR-кампаній. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. URL : <http://www.economyandsociety.in.ua/>
18. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : книга. К. : Центр учбової літератури, 2020, 202 с.
19. Річ Лі Міфи про PR : книга. Харків : Фабула, 2020. 272 с.
20. Роулз Деніел Цифровий брендинг: Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань : книга. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. 256 с.
21. Рябець І. Тенденції становлення та розвитку професійної підготовки майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю в Україні. *Polish journal of science*. 2020. № 31. С. 42-46.
22. Слободянюк Є. Шлях до серця виборця. Головна книга до виборчих кампаній. Київ : Альтера, 2019. 250 с.
23. Устименко Т. М. Зв'язки з громадськістю як механізм зворотного зв'язку в системі влади та управління. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 18. С. 143-148. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.18.143>
24. Чубук О. Л. Організація роботи прес-служби : навчально-методичний посібник (для студентів денної форми навчання). Одеса : НУ «ОЮА», 2020. 52 с.
25. Юрген Саленбахер Creative Personal Branding : книга. Харків : Видавництво «Фабула», 2019. 224 с.