

Факультет журналістики, реклами та видавничої справи	PR інтерв'ю (вибіркова компонента)
	Ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський) Освітньо-професійна програма: Реклама та зв'язки з громадськістю Курс навчання: Кількість кредитів: 3 Мова викладання: українська Дні, час, місце: Французький б-р, 24/26, за розкладом Консультації: Французький б-р, 24/26, щотижнево за розкладом

СИЛАБУС

Викладач:	кандидат політичних наук, доцент <i>Пехник Алевтіна Валентинівна</i>
Кафедра:	Журналістики, реклами та медіакомунікацій
Контактна інформація:	a.pekhnyk@onu.edu.ua

КОМУНІКАЦІЯ

Комунікація зі здобувачами буде здійснюватися через вказаний e-mail та очні зустрічі на консультаціях.

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Метою курсу є розвинути у здобувачів ключові компетенції, необхідні для успішного проведення PR-інтерв'ю, включаючи підготовку, проведення, фіксацію та аналіз інформації, а також вміння ефективно взаємодіяти з різними типами респондентів.

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

1. Опанувати теоретичні основи PR-інтерв'ю: забезпечити розуміння сутності, цілей, функцій та видів PR-інтерв'ю в контексті комунікаційної діяльності. Розвинути навички підготовки до PR-інтерв'ю: навчити студентів визначати мету інтерв'ю, розробляти стратегію, скласти ефективні питання, досліджувати інформацію про респондента та тему.
2. Набути практичних навичок проведення різних форматів PR-інтерв'ю: опанувати техніки проведення інтерв'ю з експертами, лідерами думок, представниками цільових аудиторій, а також в умовах кризових ситуацій.
3. Оволодіти методами фіксації та обробки інформації: навчити студентів ефективно документувати інтерв'ю (нотатки, аудіо-, відеозапис), транскрибувати та систематизувати отримані дані. Розвинути навички аналізу та інтерпретації результатів PR-інтерв'ю: навчити студентів аналізувати отриману інформацію для виявлення ключових тенденцій, інсайтів та можливостей для PR-діяльності.
4. Сформувати вміння ефективної комунікації та взаємодії з респондентами: Розвинути навички встановлення контакту, активного слухання, постановки уточнюючих питань, управління ходом інтерв'ю та етичної взаємодії.
5. Навчити використовувати PR-інтерв'ю для досягнення стратегічних цілей: Опанувати методи застосування результатів інтерв'ю для формування позитивного іміджу, управління репутацією, розробки комунікаційних стратегій та оцінки їх ефективності.

Курс розрахований на один семестр і включає ключові теми, необхідні для успішної кар'єри в цій галузі. Курс поділяється на 2 модулі. Модуль 1: Основи та підготовка PR-інтерв'ю. Мета модуля: Забезпечити розуміння теоретичних засад PR-інтерв'ю, його місця в комунікаційній діяльності, а також сформувати базові навички підготовки до проведення ефективного інтерв'ю. Модуль 2: Практика, аналіз та спеціалізовані формати PR-інтерв'ю. Мета модуля: Поглибити практичні навички проведення PR-інтерв'ю, навчити аналізувати

отриману інформацію, а також розглянути специфічні формати та застосування PR-інтерв'ю в різних контекстах.

Пререквізити: Вступ до спеціальності.

Постреквізити: Медіавплив, Критичне мислення та текстотворчість.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти, спеціаліст в галузі реклами та зв'язків з громадськістю, повинен:

Знати:

- Теоретичні основи PR-інтерв'ю: сутність, цілі, функції, види та формати PR-інтерв'ю, їх місце в системі комунікаційних інструментів. Процес підготовки до PR-інтерв'ю: етапи планування, визначення мети, розробки стратегії, дослідження респондента та теми.
- Класифікацію та характеристики різних типів питань: відкриті, закриті, прямі, непрямі, провокаційні питання та їх ефективне застосування. Техніки встановлення контакту та управління процесом інтерв'ю: методи налагодження комунікації, активного слухання, управління часом та динамікою розмови.
- Способи фіксації та документування інформації: основні методи запису (нотатки, аудіо, відео), технічні аспекти та основи транскрибування. Методи аналізу та інтерпретації результатів PR-інтерв'ю: підходи до аналізу якісних даних, виявлення ключових тем та інсайтів.
- Специфіку проведення PR-інтерв'ю в кризових ситуаціях: комунікаційні стратегії, особливості роботи зі ЗМІ, управління негативом. Особливості PR-інтерв'ю в цифровому середовищі: характеристики онлайн-інтерв'ю, використання цифрових інструментів та інтерактивних форматів.

Після завершення курсу студент повинен **вміти**:

- Визначати мету та розробляти стратегію PR-інтерв'ю: формулювати чіткі цілі та планувати процес інтерв'ю для їх досягнення. Розробляти ефективні питання для різних типів PR-інтерв'ю: складати змістовні, чіткі та доречні питання, що відповідають меті інтерв'ю та враховують особливості респондента.
- Проводити PR-інтерв'ю різних форматів: впевнено та професійно проводити інтерв'ю з експертами, лідерами думок, представниками цільових аудиторій як особисто, так і онлайн. Встановлювати контакт та ефективно комунікувати з респондентами: налагоджувати позитивну атмосферу, проявляти емпатію, активно слухати та ставити уточнюючі питання.
- Ефективно фіксувати та документувати інформацію під час інтерв'ю: робити якісні нотатки, використовувати засоби аудіо- та відеозапису, транскрибувати записи. Аналізувати та інтерпретувати результати PR-інтерв'ю: виявляти ключову інформацію, робити висновки та формулювати рекомендації для PR-діяльності.
- Застосовувати результати PR-інтерв'ю для досягнення комунікаційних цілей: використовувати отриману інформацію для формування повідомлень, розробки контенту, управління репутацією та оцінки ефективності PR-кампаній. Проводити PR-інтерв'ю в кризових ситуаціях: зберігати спокій, контролювати емоції, дотримуватися стратегії та ефективно доносити ключові повідомлення. Використовувати цифрові інструменти для проведення онлайн-інтерв'ю: орієнтуватися в різних платформах та інструментах для проведення вебінарів, подкастів та інтерв'ю в соціальних мережах.

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Курс буде викладений у формі лекцій (16 год.) та практичних (14 год.), організації самостійної роботи студентів (60 год.).

Зміст навчальної дисципліни

Тема	Результати навчання	Форми робіт
Тема 1: Тема: Сутність, цілі та функції	Знати: Основні визначення, цілі та функції PR-інтерв'ю. Розуміти роль та місце PR-інтерв'ю серед інших інструментів комунікації.	Лекція-дискусія, аналіз кейсів.

PR-інтерв'ю. Місце PR-інтерв'ю в системі комунікаційних інструментів. Етичні аспекти PR-інтерв'ю.	Орієнтуватися в ключових етичних аспектах проведення PR-інтерв'ю. Вміти: Визначати доцільність використання PR-інтерв'ю для досягнення конкретних комунікаційних цілей. Аналізувати етичні дилеми, що можуть виникнути в процесі проведення PR-інтерв'ю.	
Тема 2. Типи та формати PR-інтерв'ю	Знати: Різні класифікації та формати PR-інтерв'ю (за метою, кількістю учасників, способом проведення). Характеристики та особливості інтерв'ю з експертами, лідерами думок, представниками цільових аудиторій, журналістами. Вміти: Визначати оптимальний тип та формат PR-інтерв'ю залежно від поставлених цілей та особливостей респондента. Порівнювати переваги та недоліки різних форматів інтерв'ю.	Лекція з елементами інтерактиву, мозковий штурм.
Тема 3. Підготовка до PR-інтерв'ю: визначення мети та стратегії	Знати: Основні етапи підготовки до PR-інтерв'ю. Методи визначення мети інтерв'ю та розробки стратегії його проведення. Принципи визначення ключових повідомлень. Вміти: Формулювати чітку мету PR-інтерв'ю. Розробляти стратегічний план підготовки та проведення інтерв'ю. Визначати ключові повідомлення, які необхідно донести в ході інтерв'ю.	Практичне заняття у малих групах, розробка стратегії для конкретного кейсу.
Тема 4. Розробка питань для PR-інтерв'ю	Знати: Класифікацію питань, які використовуються в PR-інтерв'ю (відкриті, закриті, прямі, непрямі, провокаційні тощо). Принципи ефективного формулювання питань. Можливі помилки при складанні питань. Вміти: Розробляти ефективні та доречні питання для PR-інтерв'ю з урахуванням мети, формату та особливостей респондента. Уникати упередженості та маніпуляцій при формулюванні питань.	Тренінг з розробки питань, аналіз вдалих та невдалих прикладів.
Тема 5. Проведення PR-інтерв'ю: встановлення контакту та управління процесом	Знати: Основні етапи проведення PR-інтерв'ю. Техніки встановлення контакту з респондентом та створення атмосфери довіри. Принципи активного слухання. Методи управління часом та ходом інтерв'ю. Вміти: Встановлювати ефективний контакт з респондентом. Застосовувати техніки активного слухання для отримання повної та точної інформації. Керувати процесом інтерв'ю, дотримуючись запланованого часу та досягаючи поставлених цілей.	Рольова гра "Проведення інтерв'ю", зворотний зв'язок.

Тема 6. Фіксація та документування PR-інтерв'ю Аналіз та інтерпретація результатів PR-інтерв'ю	Знати: Основні методи фіксації інформації під час інтерв'ю (нотатки, аудіо-, відеозапис). Технічні аспекти запису. Основи транскрибування. Методи аналізу якісних даних, отриманих в результаті інтерв'ю. Вміти: Ефективно фіксувати ключову інформацію під час інтерв'ю. Використовувати технічні засоби для запису. Транскрибувати інтерв'ю. Аналізувати отримані дані для виявлення ключових тем та інсайтів. Інтерпретувати результати інтерв'ю в контексті PR-завдань.	Практичне заняття з використання засобів запису, основи транскрибування.
Тема 7. PR-інтерв'ю в кризових ситуаціях	Знати: Специфіку проведення PR-інтерв'ю в умовах кризи. Основні комунікаційні стратегії, що застосовуються в кризових ситуаціях. Особливості роботи зі ЗМІ під час кризи. Вміти: Планувати та проводити PR-інтерв'ю в кризових ситуаціях. Застосовувати ефективні комунікаційні стратегії для мінімізації негативних наслідків кризи. Взаємодіяти зі ЗМІ в умовах кризи.	Аналіз кейсів кризових інтерв'ю, моделювання кризових ситуацій.

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Ільганаєва Л. Соціальні комунікації. Словник-довідник. Київ, Видавництво Ліра-К, 2022, 328 с.
2. Коваленко О. В., Кутліна І. Ю. Реклама в системі маркетингових комунікацій: навчальний посібник. Київ: Україна, 2021, 144 с.
3. Колісниченко Т. В., Мироненко В. В. Організація комунікації (реклама та паблік рилейшнз) як поліпарадигмальний феномен: монографія. Дніпропетровськ: Середняк Т. К., 2014, 167 с.
4. Ли Р. Міфи про PR. Фабула, 2020, 540 с.
5. Мироненко В. В. Вимірювання ефективності PR-діяльності: варіативність критеріїв та підходів. Communications and Communicative Technologies, 2020, Вип. 20, С. 107–115.
6. Яненко Я. В. Інтерв'ю як інструмент PR-комунікацій. Debats scientifiques et orientations prospectives du developpement scientifique: collection de papiers scientifiques «ΛΟΓΟΣ» avec des materiaux de la III conference scientifique et pratique internationale, Paris, 8 juillet 2022. Paris: La Fedelta & Plateforme scientifique europeenne, 2022. – P. 230–231.
7. Яненко Я. В. Як писати рекламні та PR-тексти : навчальний посібник / Я. В. Яненко. – Суми : Сумський державний університет, 2023. – 86 с.

Інформаційні ресурси

1. Офіційний вебсайт Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення <https://www.nrada.gov.ua/>
2. Офіційний вебсайт факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова <https://www.fj.onu.edu.ua>
3. Офіційний ютуб-канал факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова https://www.youtube.com/c/FJinform_Mechnikov
4. Офіційна сторінка на фейсбуці факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

- https://www.facebook.com/JAPfaculty/?ref=pages_you_manage
5. Офіційне Інтернет-представництво Президента України - <http://www.president.gov.ua/>
 6. Урядовий портал - <http://www.kmu.gov.ua/control/>
 7. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України - [http:// portal.rada.gov.ua/](http://portal.rada.gov.ua/)
 8. Рада національної безпеки і оборони України www.rainbow.gov.ua
 9. Головне управління державної служби України - <http://www.guds.gov.ua/control/uk/index>
 10. Інформаційні ресурси про Україну - www.infoukes.com
 11. Мережа аналітичних центрів України - www.intellect.org.ua

ОЦІНЮВАННЯ

Форма підсумкового контролю – залік.

Проведення контролю результатів навчання здобувачів відбувається відповідно до Положення про організацію і проведення контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти Одеського національного університету імені І.І. Мечникова URL : https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/poloz-org-kontrol_2022.pdf

ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-10%). Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

Політика щодо академічної доброчесності: регламентується Кодексом академічної доброчесності учасників освітнього процесу Одеського національного університету імені І.І. Мечникова, Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у освітній та науково-дослідній роботі учасників освітнього процесу та науковців Одеського національного університету імені І.І. Мечникова (<http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents>).

Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим. В окремих випадках навчання може відбуватись он-лайн з використанням дистанційних технологій. Порядок та умови такого навчання регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу в ОНУ (<http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents>). У випадку відсутності здобувача на лекції або практичному занятті він зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття через опитування в поза аудиторний час (час консультацій викладача). Невідпрацьовані заняття вважаються незданими і за них не нараховується оцінка в балах. У підсумку, оцінені за 100-бальною системою, знання здобувача відображаються у заліково-екзаменаційній відомості та заліковій книжці.