



Національний технічний університет України
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»



КАФЕДРА
МЕНЕДЖМЕНТУ
ПІДПРИЄМСТВ

PR-МЕНЕДЖМЕНТ ТА КОРПОРАТИВНІ МЕДІА

Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	<i>Перший (бакалаврський)</i>
Галузь знань	<i>07 Управління та адміністрування</i>
Спеціальність	<i>073 Менеджмент</i>
Освітня програма	<i>Менеджмент і бізнес-адміністрування Менеджмент міжнародного бізнесу Логістика</i>
Статус дисципліни	<i>Вибіркова</i>
Форма навчання	<i>очна (денна)</i>
Рік підготовки, семестр	<i>3 курс, 6 семестр</i>
Обсяг дисципліни	<i>4 кр /120 год</i>
Семестровий контроль/ контрольні заходи	<i>залік / МКР</i>
Розклад занять	<i>rozklad.kpi.ua</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>
Інформація про керівника курсу / викладачів	Лектор: к.е.н., доц. Дергачова Ганна Михайлівна, am.dergacheva@gmail.com, +380950947023 Практичні / Семінарські: к.е.н., доц. Дергачова Ганна Михайлівна, am.dergacheva@gmail.com, +380950947023
Розміщення курсу	

Програма навчальної дисципліни

1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання

Дисципліна “PR-менеджмент та корпоративні медіа” зорієнтована на вивчення концепції PR як одного з важливих елементів сучасного соціального механізму, що органічно впливає на ефективність соціально-політичної та комерційної діяльності; розкриття ролі та місця PR в організації діяльності підприємства на основних етапах становлення його діяльності; формування ефективної системи управління з урахуванням впливу комплексу функцій PR; вибір оптимальних форм практичного використання інструментів PR, презентацій, круглих столів, прес-конференцій тощо; розвиток організаційних форм управління PR на сучасному ринку послуг; формування механізму стратегічного й оперативного планування розвитку підприємства з урахуванням PR.

Мета курсу - надання студентам теоретичних знань та практичних навичок в сфері PR-менеджменту.

Викладення курсу зорієнтоване на формування у студентів таких компетентностей:

ЗК 6 - Здатність генерувати нові ідеї (креативність)

СК 5 - Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління

СК 15 - Здатність обґрунтовувати антикризові програми, забезпечувати ефективну реалізацію змін, розробляти проекти організаційно-економічного розвитку для формування стратегічних конкурентних переваг в умовах дефіциту фінансових ресурсів

Завдання курсу реалізуються через досягнення наступних **програмних результатів навчання**:

ПРН-1 – Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах

ПРН-2- Ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення

ПРН-7- Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті

ПРН-10 - Демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач

2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)

Навчальна дисципліна має міждисциплінарний характер та інтегрує знання з іншими дисциплінами. За структурно-логічною схемою програми підготовки фахівця навчальна дисципліна тісно пов'язана з іншими дисциплінами: «Інноваційний менеджмент», «Економіка та фінанси підприємства», «Проектний менеджмент».

3. Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. PR-менеджмент як наука про зв'язки з громадськістю

Сутність PR-менеджменту: як науки налагодження зв'язків між організацією та громадськістю; як особливий вид управління (громадською думкою, інформаційними потоками й комунікацією); як спеціально організоване спілкування; як мистецтво запобігання та регулювання конфліктів та ін. Історичні моделі PR: прес-посередницька модель; модель, підпорядкована інформуванню громадськості; двостороння асиметрична модель; двостороння симетрична модель. Відмінність PR від прес-посередництва, промоушну, паблісіті, іміджмейкінгу, маркетингу, реклами, мерчендайзингу).

Тема 2. Психологічні основи PR-менеджменту

Психологічні аспекти формування позитивного ставлення до організації. Вимоги до психологічного профілю фахівців PR. Вимоги до комунікативної компетентності фахівців PR. Категорія інтересу: психологічні аспекти формування у громадськості інтересу до організації, її політики, продукції, тощо. Категорія взаєморозуміння: психологічні аспекти досягнення взаєморозуміння. Категорія конфлікту: вимоги до компетентності фахівців PR у галузі конфліктології. Суть та попередження виникнення конфлікту.

Тема 3. PR-менеджмент у функціональній структурі організації. Корпоративне медіа та його місце в структурі підприємства.

Складові роботи PR: розробка стратегії публічного аспекту діяльності організації; реалізація розробленої стратегії. Статус та функції співробітника в організації. Вимоги до фахівця. Переваги і недоліки наявності відділу PR в організації. Випадки необхідності у здійсненні PR діяльності консультативною фірмою. Способи співпраці організації з консультативною фірмою. Переваги та недоліки використання організацією послуг консультативної фірми.

Тема 4. Громадськість і громадська думка у PR-менеджменті.

Поняття громадськості та типологія громадськості. Прихильники, опоненти, байдужі. «Мережа типології споживачів» (VALS2). Визначення цільових та пріоритетних груп громадськості. Підходи до визначення цільових груп організацій: географічний, демографічний, психографічний, з урахуванням прихованої влади, з урахуванням офіційного статусу, з урахуванням репутації, з урахуванням членства. Пріоритетні групи громадськості. Індекс пріоритетності значущості груп громадськості для організації. Сутність громадської думки. Ознаки громадської думки: спрямованість, інтенсивність, стабільність, інформаційна насиченість, соціальна підтримка. Громадська думка та установка. Правила впливу з метою зміни установки у людей. Основні закони (принципи) формування громадської думки. Способи та прийоми впливу на громадську думку.

Тема 5. Корпоративні медіа та їх вплив на громадськість.

Поняття, функції, типологія корпоративних медіа. Історична ретроспектива виникнення і розвитку корпоративних медіа. Сучасний стан та тенденції розвитку корпоративних медіа в Україні і світі. Корпоративна культура і корпоративні медіа.

Тема 6. Планування та організація проведення PR-кампанії

Суб'єкти та об'єкти PR-кампанії. Характер і види PR- кампаній. Етапи формування і проведення PR-кампаній. Формула RACE організації PR-діяльності. Взаємодія з медіа в процесі PR-кампанії. Оцінювання ефективності та результатів PR-кампанії.

Тема 7. PR та позитивний імідж організації. Корпоративні медіа як інструмент формування іміджу організації.

Основні характеристики іміджу як психічного образу. Типологія іміджу. Імідж організацій: базові структурні моделі. Чинники формування позитивного іміджу організації. Психологічні рекомендації з формування позитивного іміджу організації. Імідж в сучасних комунікаційних потоках; проблема іміджу в різних сферах соціального життя; складові іміджу; символізація поведінки лідера організації; типологія іміджу; технології побудови іміджу засобами PR. Корпоративні медіа як інструмент формування іміджу організації.

Тема 8. PR-менеджмент у кризових ситуаціях.

Суть та типологія криз. Управління кризою, складові. Ознаки кризи. Типові помилки організацій в умовах кризи. Кроки організації щодо виходу з кризи.

Комунікація в кризових ситуаціях. Особливості поведінки людини у кризовій ситуації; управління проблемами з метою запобігання кризовим ситуаціям; інформування про ризик; управління в умовах кризи; комунікація у кризових ситуаціях; фактори успіху; боротьба з чутками.

4. Навчальні матеріали та ресурси

Базова література

1. Олтаржевський Д. О. Основи та методи діяльності сучасних корпоративних медіа : [монографія] / Д. О. Олтаржевський ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. К. : Центр віл. преси, 2013. 308 с.
2. Олтаржевський Д. Корпоративні медіа як новітній різновид ЗМІ / Д. Олтаржевський // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2014. – Вип. 21. – С. 28–29.
3. Білоус В.С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2005. 275 с.
4. Зацерківна М.О. Вивчення зв'язків із громадськістю як виду діяльності та функції управління: методологічний аспект. Вісник ХДАК. Випуск 52. 2018. С.160-168. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/haksk_2018_52_17 (дата звернення: 25.04.2021).
5. Зубарева М.А. Прикладні антикризові PR-технології: навч. посіб. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. 162 с.

Допоміжна література

1. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2016. 246 с. 27. Мойсеєв В.А. Паблік рілейшнз: навч. посіб. Київ: Академвидав, 2007. 224 с. 28.
2. Основи реклами та зв'язків з громадськістю: підручник / за заг.ред. В. Ф. Іванова, В.В. Різуна. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. 431 с.
3. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. 2-е вид., випр. и доп. Київ: Знання, 2004. 376 с.
4. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 202 с
5. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Підручник. Київ: Києво-Могилянська академія. 2009. 832 с.
6. Кузнецова О.Д. Засоби масової комунікації: посібник. Львів: ПАІС, 2005. 200 с.
7. Пізнюк Л.В. Паблік рилейшнз: навчальний посібник для дистанційного навчання. Київ: Університет «Україна», 2005. 239 с.
8. Поплавський М.М. Азбука паблік рилейшнз: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. 2 вид., доп. і перероб. Київ: Дельта, 2007. 288 с.
9. Колодка А.В. Комплексна схема управління іміджем підприємства на етапах його життєвого циклу. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2016. №1. С. 131-141.
10. Зубарева М.А. Прикладні антикризові PR-технології: навч. посіб. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. 162 с. 16. Історія зв'я
11. Вежель Л.М. Основи зв'язків із громадськістю навчальний посібник Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.

Навчальний контент

5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Відповідність програмних результатів, методів навчання і форм оцінювання

Програмні результати навчання	Методи навчання	Форми оцінювання
ПРН 1, ПРН 2, ПРН 7, ПРН 10	Лекції проблемного характеру, практичні заняття, консультації, написання реферату, робота з навчально-методичною літературою і інформаційними ресурсами. Загальні методи навчання: проблемного викладу, інтерактивний, проблемно-пошуковий, евристичний. Спеціальні методи навчання: презентації, дискусія, аналітична доповідь	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає накопичення балів за: відповіді на практичних заняттях, виконання навчальних завдань, доповіді, модульну контрольну роботу Підсумковий контроль – залік

6. Тематика та структурно-логічна побудова курсу

Навчальним планом передбачено проведення 16 годин лекційних та 16 годин практичних занять, модульний контроль та залік

Назва розділів, тем	Розподіл годин				Опис занять	Навчальна діяльність та оцінювання
	Л	П	С	Всього		
<i>Тема 1. PR-менеджмент як наука про зв'язки з громадськістю</i>	2	2	10	14	Лекція1 Практичне заняття 1	Дискусія Експрес-опитування Вирішення ситуаційних вправ (кейсів) Доповіді
<i>Тема 2. Психологічні основи PR-менеджменту</i>	2	2	10	14	Лекція 2 Практичне заняття 2	Дискусія Експрес-опитування Вирішення ситуаційних вправ (кейсів) Доповіді
<i>Тема 3. PR-менеджмент у функціональній структурі організації. Корпоративне медіа та його місце в структурі підприємства.</i>	2	2	10	14	Лекція 3 Практичне заняття 3	Експрес-опитування Вирішення ситуаційних вправ (кейсів) Доповіді

Тема 4. Громадськість і громадська думка у PR-менеджменті.	2	2	10	14	Лекція 4 Практичне заняття 4	Експрес-опитування Вирішення ситуаційних вправ (кейсів) Доповіді
Тема 5. Корпоративні медіа та їх вплив на громадськість.	2	1	10	13	Лекція 5 Практичне заняття 5	Експрес-опитування Вирішення ситуаційних вправ (кейсів) Доповіді
Тема 6. Планування та організація проведення PR-кампанії	2	1	10	13	Лекція 6 Практичне заняття 6	Дискусія Експрес-опитування Вирішення ситуаційних вправ (кейсів) Доповіді
Тема 7. PR та позитивний імідж організації. Корпоративні медіа як інструмент формування іміджу організації.	2	1	9	12	Лекція 7 Практичне заняття 7	Дискусія Експрес-опитування Вирішення ситуаційних вправ (кейсів) Доповіді
Тема 8. PR-менеджмент у кризових ситуаціях.	2	1	9	12	Лекція 8 Практичне заняття 8	Експрес-опитування Вирішення ситуаційних вправ (кейсів) Доповіді
МКР			4			
Залік			6			
Всього	16	32	72	120		

Примітка: Л – лекції, П – практичні заняття, Н – навчальна діяльність, О – оцінювання ЗК – загальні компетентності, СК – спеціальні компетентності, ПРН – програмні результати навчання

7. Самостійна робота студента/аспіранта

Навчальним планом передбачено 72 години самостійної роботи. На самостійну роботу виноситься: підготовка до аудиторних занять, до виконання модульної контрольної роботи, підготовка до складання семестрового контролю

Вид самостійної роботи, обсяг годин на виконання

№ з/п	Обсяг годин	Вид самостійної роботи
1	2	3
1	62	Підготовка до аудиторних занять
3	4	Підготовка до МКР
4	6	Підготовка до складання семестрового контролю у формі заліку
Разом	72	

Політика та контроль

7. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Правила відвідування занять. Відвідування занять є вільним, бали за присутність на лекція та практичних заняттях не додаються. Втім, вагома частина рейтингу студента формується через активну участь у заходах на практичних заняттях, а саме у вирішенні задач, участі у ділових іграх, аналіз конкретних ситуацій, груповій та індивідуальній роботі. Тому пропуск практичного заняття не дає можливість отримати бали у семестровий рейтинг. В разі поважних причин відсутності студенту надається можливість набрати бали за пропущене заняття.

Дистанційний режим навчання. У разі запровадження обмежень на відвідування університету, пов'язаних з введенням карантину або режиму воєнного стану в державі, освітній процес проваджується у дистанційному режимі відповідно до Положення про дистанційне навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/188>), Регламенту організації освітнього процесу в дистанційному режимі (<https://profkom.kpi.ua/reglament-organizatsiyi-osvitnogo-protsesu-v-distantsynomu-rezhimi/>) та Регламенту проведення семестрового контролю в дистанційному режимі (<https://osvita.kpi.ua/node/148>). Дистанційні заняття проводяться у вигляді онлайн-конференції з використанням програми для організації відеоконференцій Zoom. Посилання на конференцію надається здобувачам на початку семестру. З метою забезпечення якісної підготовки здобувачів, дистанційний курс дисципліни розміщено на Платформа дистанційного навчання «Сікорський» (<https://www.sikorsky-distance.org>). Результати оцінювання висвітлюють у АС «Електронний кампус» на особистій сторінці здобувача (<https://ecampus.kpi.ua>).

Правила поведінки на заняттях. На заняттях слід дотримуватись норм етичної поведінки визначених у Кодексі честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (<https://kpi.ua/code>). На території університету здобувачі мають поводити себе відповідно до Правил внутрішнього розпорядку (<https://kpi.ua/admin-rule>). В аудиторіях на лекційних та практичних заняттях, а також під час проведення занять у формі відеоконференції, користуватись мобільним телефоном потрібно у беззвучному режимі і тільки для пошуку необхідної для виконання завдань інформації. Під час дистанційного режиму навчання слід використовувати інформацію розміщену на Платформі дистанційного навчання «Сікорський» / Електронний кампус.

На території університету студенти мають поводити себе відповідно до Правил внутрішнього розпорядку КПІ ім. Ігоря Сікорського. В аудиторіях на лекційних та практичних заняттях користуватись мобільним телефоном потрібно у беззвучному режимі.

Позааудиторні заняття та залучення професіоналів-практиків. Передбачається в межах вивчення навчальної дисципліни участь в конференціях, форумах, круглих столах тощо. Для опанування і поглиблення практичних навичок для спільного проведення занять можуть бути запрошені професіонали-практики.

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті. Порядок визнання таких результатів регламентується Положенням про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/179>). Можуть бути зараховані окремі змістовні модулі або теми дисципліни. В такому разі здобувач звільняється від виконання відповідних завдань, отримуючи за них максимальний бал відповідно до рейтингової системи оцінювання.

Політика оцінювання контрольних заходів. Формування семестрового рейтингу студента ґрунтується своєчасному проходженні тестування, виконанні поточних завдань, написанні модульної контрольної роботи згідно графіку викладання дисципліни. Якщо контрольні заходи

пропущені з поважних причин (хвороба або вагомі життєві обставини), студенту надається можливість відпрацювати пропущення заняття за рахунок виконання індивідуальних завдань. В разі порушення термінів і невиконання завдання з неповажних причин, студент не допускається до складання заліку в основну сесію.

Правила призначення заохочувальних балів. Заохочувальні бали можуть бути отримані за поглиблене вивчення окремих тем курсу, що може бути представлене у вигляді наукових тез, наукової статті, есе, презентації, за участь у студентських олімпіадах та конкурсах наукових робіт, додаткове проходження онлайн курсів з поглибленим вивченням окремих тем курсу, наукові публікації (5 балів за кожне з досягнень). Заохочувальні бали не входять до основної шкали РСО, а їх максимальна сума складає 10 балів.

Політика оцінювання контрольних заходів. Оцінювання контрольних заходів здійснюється згідно з **Положенням про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського** (затверджено та введено в дію наказом № НОД/761/25 від 19.09.2025 р.) Положення про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/32>). Нижня межа позитивного оцінювання кожного контрольного заходу складає не менше 60% від балів, визначених для цього контрольного заходу, а негативний результат оцінюється в 0 балів.

Поточний контроль проводиться як оцінювання результатів навчання здобувачів на основі поопераційного контролю та накопичення рейтингових балів за виконання завдань у процесі навчання відповідно до РСО.

Календарний контроль проводиться двічі на семестр, передбачає проведення модульної контрольної роботи, яка здійснюється у вигляді письмової контрольної роботи, що містить аналітичне завдання. Умовою отримання позитивної оцінки з календарного контролю з навчальної дисципліни є значення поточного рейтингу здобувача не менше ніж 15 балів для першого календарного контролю та 25 балів на час проведення другого календарного контролю.

Семестровий контроль проводиться у формі заліку за РСО-1 (першого типу). Результати оцінювання висвітлюються у АС «Електронний кампус» на особистій сторінці здобувача (<https://ecampus.kpi.ua>).

Політика дедлайнів та перескладань. МКР складається лише у призначений день. Якщо контрольні заходи, або виконання завдань пропущені з поважних причин (хвороба або вагомі життєві обставини), надається можливість додатково скласти завдання протягом найближчого тижня. Невиконання завдань, а також порушення термінів їх виконання з неповажних причин не надає можливості набрати відповідні бали рейтингу. Порядок ліквідації академічної заборгованості та перескладання семестрового контролю регулюється Положенням про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/32>). Здобувач, у якого за результатами семестрового контролю виникла академічна заборгованість, має право її ліквідувати відповідно до Положення про надання додаткових освітніх послуг здобувачам вищої освіти в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/177>).

Процедура оскарження результатів контрольних заходів. У випадку не згоди здобувача з оцінкою за результатами контрольного заходу, він має право подати апеляцію у день оголошення результатів відповідного контролю на ім'я декана факультету за процедурою визначеною Положенням про апеляції в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/182>).

Політика щодо академічної доброчесності. Необхідним під час виконання завдань з дисципліни є дотримання політики та принципів академічної доброчесності (<https://kpi.ua/academic-integrity>), які, у тому числі викладено у Кодексі честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (<https://kpi.ua/code>), Положенні про систему запобігання академічному плагіату в КПІ ім. Ігоря

Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/47>). У разі виявлення дублювання робіт, плагіату роботи отримують нульовий рейтинг.

8. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (PCO)

Оцінювання передбачає застосування рейтингової системи першого типу (PCO-1) згідно з **Положенням про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського** (затверджено та введено в дію наказом № НОД/761/25 від 19.09.2025 р.)

Семестровий контроль студента проводять за результатами підсумкового значення рейтингу з дисципліни. Максимальний сумарний рейтинг за курс – 100 балів. Поточний контроль проводиться у вигляді експрес-опитувань, вирішення завдань на практичних заняттях. Також передбачено виконання модульної контрольної роботи.

Семестровий контроль: залік, який виставляється на основі результатів навчання студентів.

Здобувачі, які виконали всі умови допуску до заліку та набрали 60 і більше балів, отримують відповідну рейтингову оцінку без потреби проходження заходу семестрового контролю.

Рейтингова оцінка з навчальної дисципліни доводиться до здобувачів на заліку під час заліково-екзаменаційної сесії.

Здобувачі, які виконали умови допуску до заліку, але набрали менше 60 балів, а також ті, хто бажають підвищити свою рейтингову оцінку, проходять захід семестрового контролю у формі співбесіди, при цьому семестровий контроль оцінюється у 100 балів.

Якщо здобувач, який складав залік для підвищення своєї рейтингової оцінки і за його результатами отримав меншу кількість балів за кількість балів, отриманих за результатами заходів поточного контролю, то у цьому випадку застосовується «м'який» підхід – здобувач отримує рейтингову оцінку за результатами заходів поточного контролю.

Види контролю. Опанування дисципліни передбачає наступні види контролю:

Поточний контроль: тестування, дискусійного обговорення та надання відповідей на проблемні питання, виконання аналітичних, ситуаційних та творчих завдань, відповідей на практичних заняттях (опитування), виконання кейсів, виконання модульної контрольної роботи.

Календарний контроль: провадиться двічі на семестр як моніторинг поточного стану виконання вимог силабусу.

Семестровий контроль: залік.

8.1. Поточний контроль (max 100 балів)

Рейтингова система оцінювання. Оцінювання ґрунтується на застосування рейтингової системи оцінювання, яка передбачає систематичну роботу студентів протягом семестру і складається з наступних заходів:

Експрес-опитування та дискусійне обговорення на практичних заняттях (max $8 \cdot 5 = 40$ балів) – протягом семестру студенти мають бути готовими до опитування по лекційному матеріалу.

Вирішення завдань (max 8*5=40 балів) – передбачає тестування, опрацювання конкретних аналітичних, ситуаційних та творчих завдань ситуацій, пов'язаних із формуванням власних правових позицій з посиланням на чинне законодавство.

Виконання модульної контрольної роботи (20 балів).

Критерії нарахування балів за зазначені види робіт:

Експрес-опитування, дискусійне обговорення на практичних заняттях:

- 5 балів – «відмінно» – повна вичерпна відповідь, що відповідає суті запитання;
- 4 бали – «добре» – повна відповідь та незначні помилки;
- 3 бали – «задовільно» – неповна відповідь та незначні помилки;
- 0 балів – «незадовільно» - відповідь відсутня або не відповідає суті запитання.

Вирішення завдань (тестування, виконання аналітичних, ситуаційних та творчих завдань):

- 5 балів – «відмінно» – повністю надано відповіді на всі питання завдання, творче розкриття питань, вільне володіння матеріалом, активна участь у дискусії, глибокий аналіз, чітке логічне викладення результатів роботи, якісна презентація, впевнені відповіді на питання;
- 4 бали – «добре» – володіння матеріалом, глибокий аналіз, участь у дискусії, помилки у відповідях;
- 3 бали – «задовільно» – неповне розкриття питань, окремі питання не опрацьовані, немає чіткого аналізу, відсутні логічні висновки, студент приймає участь у дискусії;
- 0 балів – «незадовільно» - відповідь відсутня, студент не приймає участь у дискусії.

Модульна контрольна робота (max 20 балів) – виконується на практичному занятті у вигляді тестування. Відповіді на запитання модульної контрольної роботи оцінюються за такими критеріями:

- 19-20 балів - «відмінно» – повна відповідь (не менше 95% потрібної інформації), надані відповідні обґрунтування та особистий погляд;
- 17-18 балів - «добре» – достатньо повна відповідь (не менше 75% потрібної інформації), незначні неточності);
- 15-16 балів - «задовільно» – неповна відповідь;
- 0 балів - «незадовільно» – незадовільна відповідь.

8.2. Календарний контроль.

Календарний контроль проводиться двічі на семестр.

- | | |
|--------------|--|
| 7 тиждень – | Умова отримання атестації: поточний рейтинг не менше 15 балів ; |
| 13 тиждень - | Умова отримання атестації: поточний рейтинг не менше 25 балів .
Складено модульну контрольну роботу. |

8.3. Семестровий контроль (залік) (max 100 балів)

Умовою допуску до заліку є виконання навчальних завдань та модульної контрольної роботи. Залік отримується здобувачем без додаткових випробувань, якщо сума набраних балів не менша за 60. Здобувачі, які виконали умови допуску до заліку, але набрали менше 60 балів, а

також ті, хто бажають підвищити свою рейтингову оцінку, проходять захід семестрового контролю у формі співбесіди, при цьому семестровий контроль оцінюється у 100 балів. Питання для підготовки надаються студентам завчасно на останньому практичному занятті.

Відповідність рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

Кількість балів	Оцінка
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

10. Додаткова інформація з дисципліни (освітнього компонента)

Викладення дисципліни може бути переведено у дистанційній формі в разі введення карантинних обмежень чи інших форм-мажорних обставин на території університету.

Перелік питань до заліку:

1. Розкрийте сутність діяльності PR.
2. Охарактеризуйте основні принципи PR.
3. Визначте функції діяльності PR.
4. Охарактеризуйте відмінності зі схожими діяльностями: прес-посередництво, промоушн, паблісіті, іміджмейкінг, маркетинг, реклама, мерчендайзінг.
5. Визначте базові психологічні категорії діяльності.
6. Розкрийте складові роботи PR.
7. Охарактеризуйте статус та функції діяльності співробітника PR.
8. Охарактеризуйте переваги та недоліки наявності відділу PR-менеджменту
9. Охарактеризуйте типологію громадськості
10. Охарактеризуйте підходи до визначення цільових та пріоритетних груп громадськості.
11. Визначте основні закони (принципи) формування громадської думки.
12. Охарактеризуйте способи та прийоми впливу на громадську думку.
13. Охарактеризуйте основні складові процесу управління PR.
14. Визначте базові структурні моделі іміджу організації.
15. Визначте чинники формування позитивного іміджу організації.
16. Як здійснюється управління кризою, які складові процесу.

17. *Значення комунікаційної складової у PR-менеджменті.*
18. *Охарактеризуйте підходи до визначення цільових груп організацій.*
19. *Охарактеризуйте пріоритетні групи громадськості.*
20. *Визначте основні закони формування громадської думки.*

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

Складено доцентом кафедри менеджменту підприємств, к.е.н., доц. Дергачовою Г. М.

Ухвалено кафедрою менеджменту підприємств (протокол № 18 від 27.06.2025)

Погоджено Методичною комісією факультету менеджменту та маркетингу (протокол № 11 від 30.06.2025)

Оновлено згідно нової редакції «Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського» (Наказ № НОД/761/25 від 19.09.2025 р.)

Переухвалено менеджменту підприємств (протокол №4 від 01.10.2025 р.)

Погоджено Методичною комісією факультету менеджменту та маркетингу (протокол №3 від 07.10.2025 р.)