

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ
Відокремлений структурний підрозділ «ІНСТИТУТ ІННОВАЦІЙНОЇ ОСВІТИ»
Кафедра економіки та менеджменту

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Директор ВСП «ІНО КНУБА»

О. С. Даневич



“ 30 ” серпня 2020 р.

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Публічний дискурс

(назва навчальної дисципліни)

галузь
знань
освітня
програма
спеціальність

28 «Публічне управління та адміністрування»

Публічне управління та адміністрування

281 «Публічне управління та адміністрування»

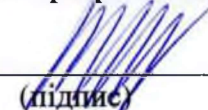
Київ – 2020 рік

Силабус навчальної дисципліни «Публічний дискурс» для студентів ВСП «ІНО КНУБА» спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування», освітньої програми «Публічне управління та адміністрування», (галузь знань 28 «Публічне управління та адміністрування»), 2020. 16 с.

Розробник: Кубанов Руслан Анатолійович, кандидат педагогічних наук, доцент, професор Всесвітньої академії природознавства, професор Міждисциплінарної академії наук України, член-кореспондент Міжнародної академії наук педагогічної освіти, член-кореспондент Української академії акмеології, член-кореспондент Академії будівництва України, доцент кафедри економіки та менеджменту Відокремленого структурного підрозділу «Інститут інноваційної освіти Київського національного університету будівництва і архітектури».

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки та менеджменту
Протокол від "30" серпня 2020 року № 12/1

Завідувач кафедри економіки та менеджменту


_____ д.е.н., професор І. В. Новикова
(підпис)

"30" серпня 2020 року

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
		заочна форма навчання
		<i>Майнор «Менеджмент публічних установ»</i>
		Рік підготовки:
		4
		Семестр
		8
Загальна кількість годин – 240 год. (8 кредитів ЄКТС)	<u>Галузь знань:</u> 28 «Публічне управління та адміністрування». <u>Спеціальність:</u> 281 «Публічне управління та адміністрування» <u>Освітня програма:</u> Публічне управління та адміністрування	
	<u>Рівень вищої освіти:</u> <u>Перший (бакалаврський)</u>	<p style="text-align: center;">Лекції 4 год.</p>
		Практичні, семінарські
		6 год.
		Лабораторні
		-
		Індивідуальне завдання
		Самостійна робота
		230 год.
		Індивідуальна робота (контрольна робота) студентів під керівництвом викладача:
		+
		Вид контролю:
		Іспит

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни є дати майбутнім фахівцям систематизоване й емпірично аргументоване уявлення про функціонування комунікацій (публічного дискурсу з суспільством) у публічному управлінні, місце і роль зв'язків з громадськістю в структурах публічного сектору; про організацію діяльності та особливості методів роботи PR-служб органів державної влади та місцевого самоврядування, формування системи професійної компетенції (знань і практичних вмінь та навичок) щодо використання принципів, інструментів комунікацій у публічному управлінні.

Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни є формування у здобувачів вищої освіти сучасних теоретичних і практичних знань, умінь і навичок щодо використання в процесі публічного управління ефективних каналів комунікацій з метою налагодження дискурсу, співробітництва та ефективної взаємодії органів публічного управління із суб'єктами громадянського суспільства; оволодіння сучасними механізмами спілкування людей, комунікаційного процесу в органі публічного управління.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми у здобувачів вищої освіти мають бути сформовані наступні **елементи компетентності**:

знання:

- теоретичні та прикладні засади комунікацій у публічній сфері;
- сучасні підходи до формування комунікаційної політики органів публічного управління та адміністрування;
- нормативно-правові акти, що регулюють комунікації з громадськістю органів публічного управління та адміністрування;

вміння:

- налагоджувати соціальну взаємодію, співробітництво, попереджати та розв'язувати конфлікти;
- здійснювати професійну діяльність і приймати обґрунтовані рішення, керуючись засадами соціальної відповідальності, правових та етичних норм;
- управляти різнобічною комунікацією;
- критично осмислювати проблеми та розв'язувати складні завдання у сфері комунікації органів публічного управління та адміністрування;
- у складі робочої групи на основі принципів системного аналізу та комплексного підходу готувати програмні документи щодо розвитку комунікацій органів публічного урядування та адміністрування;
- використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології у сфері публічного управління та адміністрування
- здійснювати ефективну комунікацію в сфері публічного управління та адміністрування на засадах соціальної відповідальності, правових та етичних норм;
- представляти органи публічного управління й організації, та презентувати для широкого загалу результати їх діяльності.
- розробляти та реалізовувати заходи щодо адаптації та впровадження кращих вітчизняних та зарубіжних практик формування та реалізації комунікаційної політики органів публічного управління та організацій;

способи мислення:

- формування суджень – форми мислинневого відображення об'єктивної дійсності, яка полягає у ствердженнях наявності або відсутності ознак, властивостей або відносин у сфері менеджменту персоналу;
- пропонування міркувань – низки пов'язаних суджень, спрямованих на те, щоб з'ясувати істинність якої-небудь думки у сфері менеджменту персоналу, доведення її або заперечення;

– створення умовиводів – виведення з одного або декількох суджень в області менеджменту персоналу нового;

– генерування понять – пізнання сутності предметів і явищ у межах менеджменту персоналу в їх істотних зв'язках та відносинах, узагальнення їх істотних ознак.

професійні, світоглядні і громадянські якості:

– здатність використовувати знання, вміння та навички для теоретичного та практичного освоєння проблем і перспектив менеджменту та планувати, організовувати, реалізовувати, презентувати відповідні наукові дослідження;

– ґрунтовні знання історичних засад розвитку теорії і практики менеджменту, ідейних вчень класиків менеджменту, фундаментальних постулатів та парадигм менеджменту, новітніх прогресивних тенденцій розвитку менеджменту;

– ґрунтовні знання класичного та сучасного наукового інструментарію дослідження соціально-економічних явищ та процесів у різних сферах менеджменту;

– здатність організувати та проводити управлінські дослідження, використовуючи сучасну методологію та інформаційні технології;

– здатність застосовувати одержані знання з різних предметних сфер менеджменту для формулювання нових теоретичних трактувань і положень, практичних адресних рекомендацій і пропозицій;

– здатність виявляти та розуміти причинно-наслідкові зв'язки між економічними явищами та процесами у сфері менеджменту, ідентифікувати та оцінювати фактори впливу;

– ґрунтовні знання особливостей, інструментарію, новітніх напрямків менеджменту персоналу та здатність формувати ефективну сучасну систему менеджменту персоналу підприємства.

морально-етичні цінності:

– сформулювати уявлення про моральні цінності людини;

– здатність висловлювати своє судження про роль і значущість моральних цінностей у житті людини;

– формувати вміння аналізувати мотиви та вчинки людей, моделювати та розв'язувати ситуації, пов'язані з виконанням обов'язків у колективі;

– розвивати почуття відповідальності за свій вибір та наслідки вчинків;

– виховувати самостійність, волю, моральність.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 60 годин /2 кредити ЄКТС.

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність публічного дискурсу. Комунікації з громадськістю у публічному управлінні

Поняття про дискурс як тип суспільної комунікації. Поняття комунікацій і комунікаційного процесу. Типологія комунікацій. Соціальні функції комунікацій. Види і форми комунікацій. Управління комунікаційними процесами. Мета комунікацій і комунікативних зв'язків у публічному управлінні. Соціально-комунікативні канали, характерні для системи публічного управління. Суб'єкти політико-владної комунікації. Особливості комунікацій у публічному управлінні. Розвиток системи комунікацій у публічному управлінні України. Нормативно-правова база у сфері комунікативної політики державних органів в Україні. Критерії ефективної комунікації, параметри успіху.

Тема 2. Стратегічне планування комунікацій у публічному управлінні

Стратегічна комунікація в публічному управлінні. Поняття стратегії та її роль у системі комунікації. Стратегування у системі комунікації. Процес розробки стратегічних комунікацій. Принципи стратегічних комунікацій. Сучасні методики реалізації стратегічної комунікації. Основи комунікативного стратегування у системі державного управління. Основні рівні ефективності стратегічної комунікації у діяльності керівників органів державної влади. Побудова системи державних стратегічних комунікацій. Стратегічні комунікації на рівні формування політик. Розбудова стратегічних комунікацій на операційному рівні. Допоміжні функції системи стратегічних комунікацій.

Тема 3. Місце та роль зв'язків із громадськістю у публічному управлінні

Сутність, структура та функції зв'язків із громадськістю у системі публічного управління. Діяльність служб зв'язків із громадськістю (ЗГ) у публічному управлінні. Основні принципи діяльності служб ЗГ у державному управлінні. Структура підрозділів по зв'язках із громадськістю у державному управлінні та місцевому самоврядуванні. Діяльність Президентських служб ЗГ. Діяльність Урядових ЗГ. Відділ аналізу та прогнозування соціально-політичних та економічних процесів. Технологія проведення «ПР-компанії» у публічному управлінні.

Тема 4. Організаційні основи функціонування підрозділів інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю органів державної влади та місцевого самоврядування

Специфіка організації діяльності прес-служби в системі органів державної влади. Взаємодія державно-управлінських структур ЗГ та ЗМІ. Методи ЗМІ щодо інформування громадськості про діяльність органів державної влади. Діяльність комунікативних служб міністерств та відомств. Структурні підрозділи комунікативних служб міністерств та відомств. Функції інформаційного підрозділу органів державної влади та місцевого самоврядування та основні напрями роботи. Організація поточної роботи інформаційного підрозділу. Інформаційна діяльність інших структурних підрозділів органів державної влади та місцевого самоврядування. Вдосконалення організаційних форм інформаційного підрозділу в органах державної влади та місцевого самоврядування України.

Тема 5. Форми комунікацій у публічному управлінні

Основні комунікативні прийоми у діяльності прес-служб органів державної влади. Менеджмент новин. Прес-реліз як форма взаємодії зі ЗМІ та механізм менеджменту новин. Основні комунікативні заходи органів державної влади та методика їх проведення. Прес-конференція, брифінг, медіа-тур, конференція, презентація, круглий стіл, семінар. Брифінг як оптимальна медіа-техніка для офіційних заяв органів влади. Технологія спіндоктор. Пресс-кліппінг (аналіз преси) як технологія ЗГ. Комунікаційний інструментарій служб зв'язків із громадськістю. Письмові матеріали для поширення у ЗМІ (ПР-тексти та промови – розшифровки виступів президента та інших офіційних осіб). Використання візуальних засобів (фотофакти та додатки до прес-релізів – малюнки, графіки, діаграми, карти). Використання аудіо (аудіо-релізи, радіоролики). Можливості залучення відео та супутників (відео-релізи, зустрічі, інтерв'ю). Супутникова технологія

як альтернатива медіа-туру. Використання Інтернет (ефективне розміщення аудіо-, відео- та письмових матеріалів). Взаємодія ЗМІ та інформаційної служби.

Тема 6. Антикризові комунікації

Взаємодія з громадськістю в кризових умовах. Визначення кризи. Типи кризових ситуацій. Кризові етапи та комунікаційні дії. Комунікація під час кризи. Функції Антикризового штабу. Повідомлення про успіхи та провали влади. Захист від недостовірної або негативної інформації, поширеної в ЗМІ. Диференціація понять «кризова ситуація» і «надзвичайна ситуація». Динаміка надзвичайних ситуацій (головні етапи – затримка, розвиток, пік, спад, стабільність, зняття напруги). Особливості комунікаційного процесу у надзвичайних ситуаціях.

Тема 7. Консультації з громадськістю.

Інструменти, процедури, технології громадської участі. Механізми реалізації конституційного права громадян України на участь в управлінні державними справами. Види громадських об'єднань. Мета консультацій з громадськістю. Інструменти, процедури, технології громадської участі: звернення громадян, загальні збори громадян, місцеві референдуми, органи самоорганізації населення, місцеві ініціативи, громадські слухання, громадські ради. Склад, мета і функції громадських рад. Принципи роботи органу виконавчої влади з громадською радою. Обов'язки служби зі зв'язків з громадськістю у процесі діяльності громадської ради. Висвітлення діяльності громадської ради.

Тема 8. Організація доступу до публічної інформації

Публічна інформація: поняття, класифікація, доступ. Поняття інформаційного запиту та його відмінність від інших форм звернень громадян. Організація доступу до публічної інформації та налагодження ефективної взаємодії між владою та громадськістю. Робота з інформаційними запитами. Інформаційні продукти: бюлетені та інші інформаційні продукти, інформаційні видання. Офіційний сайт.

Тема 9. Комунікаційні механізми формування позитивного іміджу органів публічного управління

Підходи до формулювання сутності «іміджу». Імідж як об'єкт управлінського впливу. Суб'єкти, об'єкти, основні етапи формування іміджу організації відповідно до життєвого циклу організації. Види іміджу організації залежно від груп громадськості. Внутрішній та зовнішній імідж організації. Елементи та процес формування корпоративного іміджу. Сутність просування корпоративного іміджу. Імідж керівника. Основні складові іміджу керівника органу публічного адміністрування. Комунікаційне забезпечення формування позитивного іміджу керівника. Головні комунікаційні канали формування іміджу органів публічного адміністрування та місцевого самоврядування.

Назва змістовних модулів і тем	Кількість годин			
	заочна форма навчання			
	Усього	в тому числі		
		Лекції	Прак-тичні	СРС
1	2	3	4	
Тема 1. Сутність публічного дискурсу. Комунікації з громадськістю у публічному управлінні	30	2		28
Тема 2. Стратегічне планування комунікації у публічному управлінні	30		2	28
Тема 3. Місце та роль зв'язків із громадськістю у публічному управлінні	30	2		28
Тема 4. Організаційні основи функціонування підрозділів інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю органів державної влади та місцевого самоврядування	28			28
Тема 5. Форми комунікацій у публічному управлінні	28			28
Тема 6. Антикризові комунікації	28			28
Тема 7. Консультації з громадськістю	30		2	28
Тема 8. Організація доступу до публічної інформації	28			28
Тема 9. Комунікаційні механізми формування позитивного іміджу органів публічного управління	8		2	6
Усього годин:	240	4	6	230

5. Теми практичних занять

Тема 1. Стратегічне планування PR-діяльності органу публічної влади.

Комунікативні кампанії: інструменти та технології

Мета: огляд основних технологій проведення комунікативних кампаній.

Питання для обговорення:

1. Публічна влада.
2. Структура PR – діяльності.
3. Планування PR-кампанії як суми технологій.
4. Комунікаційна програма PR-кампанії.
5. Цілі та завдання Комунікаційної програми PR-кампанії.
6. Детальне планування та формування громадської думки.
7. Засоби комунікації. Засоби масового та виборчого впливу.
8. Інформаційний привід. Конфлікт інтересів.
9. Розробка PR-кампанії.
10. Етапи розробки PR-кампанії.
11. Стратегія просування повідомлення. Зміст повідомлення. Цільові групи. Канали комунікації.

Тема 2. Консультації з громадськістю: публічне обговорення та вивчення громадської думки. Громадські ради

Мета: формування систематизованих знань організувати комунікативні взаємозв'язки в органах публічної влади та між органами публічної влади і громадянським суспільством у ході розробки та реалізації управлінських рішень в публічному управлінні.

Питання для обговорення:

1. Положення про громадську раду. Основні завдання, функції громадської ради.
2. Склад громадської ради. Права громадської ради.
3. Ініціативна група. Формування та склад ініціативної групи.
4. Припинення членства в громадській раді.
5. Порядок проведення консультацій з громадськістю з питань формування та реалізації державної політики.
6. Громадські директиви.
7. Експертні рекомендації.
8. Громадська думка.

Тема 3. Комунікаційні механізми формування позитивного іміджу органів публічного управління

Питання для обговорення:

1. Підходи до формулювання сутності «іміджу».
2. Види іміджу організації залежно від груп громадськості.
3. Імідж керівника. Основні складові іміджу керівника органу публічного адміністрування. Комунікаційне забезпечення формування позитивного іміджу керівника.
4. Головні комунікаційні канали формування іміджу органів публічного адміністрування та місцевого самоврядування.

6. Самостійна робота студентів

Назва змістовних модулів і тем	Год.
Тема 1. Сутність публічного дискурсу. Комунікації з громадськістю у публічному управлінні	28
Тема 2. Стратегічне планування комунікації у публічному управлінні	28
Тема 3. Місце та роль зв'язків із громадськістю у публічному управлінні	28
Тема 4. Організаційні основи функціонування підрозділів інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю органів державної влади та місцевого самоврядування	28
Тема 5. Форми комунікацій у публічному управлінні	28
Тема 6. Антикризові комунікації	28
Тема 7. Консультації з громадськістю	28
Тема 8. Організація доступу до публічної інформації	28
Тема 9. Комунікаційні механізми формування позитивного іміджу органів публічного управління	6
Усього годин:	230

7. Тематика контрольних робіт

Вимоги до оформлення контрольних робіт

Студенти в обов'язковому порядку повинні здати контрольні роботи. Основна мета контрольної роботи – перевірка знань основних теоретичних положень навчальної дисципліни «Публічний дискурс», а також вміння студентів застосовувати на практиці отримані знання. У процесі написання контрольної роботи студенти відпрацьовують також вміння правильно, логічно та чітко викладати матеріал. Студенти виконують одну з запропонованих тем контрольної роботи.

Контрольна робота складається з:

- титульного листа, на якому вказується назва вищого навчального закладу та його підпорядкування, найменування кафедри, тема, номер варіанту, прізвище та ініціали автора роботи, місто, де знаходиться університет та рік виконання;
- основного змісту контрольної роботи, у якому відображені завдання, поставлені перед студентом;
- списку використаних джерел (не менше 5 джерел).

В основній частині контрольної роботи повинні бути висвітлені на достатньому науковому рівні теоретичних завдання. Контрольна робота має бути виконана українською мовою на папері форматом А4. Вона може подаватися в рукописному або машинописному вигляді. У разі комп'ютерного набору слід дотримуватися наступних вимог: розмір шрифту - 14; шрифт Times New Roman; поля: верхнє - 2,5, нижнє 2,0, лівє - 3,5, правє - 1,5. Сторінки роботи мають бути пронумеровані. Кожне завдання контрольної повинне починатися з нової сторінки. Загальний обсяг контрольної роботи має складати 20-25 сторінок друкованого тексту. Студент повинен самостійно здійснити підбір нормативно-правових актів, загальної, навчальної, наукової та спеціальної літератури. Контрольна робота підписується студентом і вказується дата її виконання. Виконану роботу студент здає згідно із встановленими строками.

1. Комунікативна діяльність органів місцевого самоврядування при роботі з громадськими організаціями.
2. Підготовка державних службовців до професійно-комунікативних заходів як засіб забезпечення прозорості дій влади.
3. Культура підготовки мас-медійних заходів в органах виконавчої влади.
4. Формування риторичного потенціалу державних службовців як складника професійної культури.
5. Аксиологічні виміри мовленнєвої діяльності в діловій комунікації публічного управління.
6. Публічна влада. Структура PR – діяльності.
7. Генеза мовленнєвих характеристик сучасного керівника.
8. Етапи обміну інформацією в публічній адміністрації.
9. Основні проблеми формування інформаційно-технологічного простору функціонування органів державного управління.
10. Рольова участь публік рилейшнз у процесах політичної глобалізації.
11. Формування іміджу місцевих державних адміністрацій в Україні.
12. Формування інформаційної культури державних службовців.
13. Місцеві чиновники у формуванні іміджу влади.
14. Організація доступу до публічної інформації та налагодження ефективної взаємодії між владою та громадськістю
15. Висвітлення діяльності громадської ради.
16. Основні рівні ефективності стратегічної комунікації у діяльності керівників органів державної влади.
17. Специфіка організації діяльності прес-служби в системі органів державної влади
18. Взаємодія з громадськістю в кризових умовах.
19. Основні комунікативні заходи органів державної влади та методика їх проведення.
20. Соціально-комунікативні канали, характерні для системи публічного управління.
21. Суб'єкти політико-владної комунікації.

8. Питання для підготовки до іспиту

1. Поняття комунікацій і комунікаційного процесу.
2. Типологія комунікацій.
3. Соціальні функції комунікацій.

4. Соціально-комунікативні канали, характерні для системи публічного управління.
5. Суб'єкти політико-владної комунікації.
6. Особливості комунікацій у публічному управлінні.
7. Розвиток системи комунікацій у публічному управлінні України.
8. Нормативно-правова база у сфері комунікативної політики державних органів в Україні.
9. Стратегічна комунікація в публічному управлінні.
10. Основи комунікативного стратегування у системі державного управління.
11. Основні рівні ефективності стратегічної комунікації у діяльності керівників органів державної влади.
12. Побудова системи державних стратегічних комунікацій.
13. Сутність, структура та функції зв'язків із громадськістю у системі публічного управління.
14. Діяльність служб зв'язків із громадськістю (ЗГ) у публічному управлінні.
15. Основні принципи діяльності служб ЗГ у державному управлінні.
16. Технологія проведення «ПР-компанії» у публічному управлінні.
17. Специфіка організації діяльності прес-служби в системі органів державної влади.
18. Взаємодія державно-управлінських структур ЗГ та ЗМІ.
19. Методи ЗМІ щодо інформування громадськості про діяльність органів державної влади.
20. Функції інформаційного підрозділу органів державної влади та місцевого самоврядування та основні напрями роботи.
21. Інформаційна діяльність інших структурних підрозділів органів державної влади та місцевого самоврядування.
22. Вдосконалення організаційних форм інформаційного підрозділу в органах державної влади та місцевого самоврядування України.
23. Основні комунікативні прийоми у діяльності прес-служб органів державної влади. Менеджмент новин. Прес-реліз як форма взаємодії зі ЗМІ та механізм менеджменту новин.
24. Основні комунікативні заходи органів державної влади та методика їх проведення. Прес-конференція, брифінг, медіа-тур, конференція, презентація, круглий стіл, семінар. Брифінг як оптимальна медіа-техніка для офіційних заяв органів влади. Технологія спіндоктор. Прес-кліппінг (аналіз преси) як технологія ЗГ.
25. Комунікаційний інструментарій служб зв'язків із громадськістю. Письмові матеріали для поширення у ЗМІ (ПР-тексти та промови – розшифровки виступів президента та інших офіційних осіб). Використання візуальних засобів (фотофакти та додатки до прес-релізів – малюнки, графіки, діаграми, карти). Використання аудіо (аудіо-релізи, радіоролики). Можливості залучення відео та супутників (відео-релізи, зустрічі, інтерв'ю). Супутникова технологія як альтернатива медіа-туру. Використання Інтернет (ефективне розміщення аудіо-, відео- та письмових матеріалів).
26. Взаємодія ЗМІ та інформаційної служби.

27. Взаємодія з громадськістю в кризових умовах.
28. Особливості комунікаційного процесу у надзвичайних ситуаціях.
29. Механізми реалізації конституційного права громадян України на участь в управлінні державними справами.
30. Види громадських об'єднань. Мета консультацій з громадськістю.
31. Інструменти, процедури, технології громадської участі: звернення громадян, загальні збори громадян, місцеві референдуми, органи самоорганізації населення, місцеві ініціативи, громадські слухання, громадські ради.
32. Склад, мета і функції громадських рад. Обов'язки служби зі зв'язків з громадськістю у процесі діяльності громадської ради.
33. Висвітлення діяльності громадської ради.
34. Публічна інформація: поняття, класифікація, доступ. Поняття інформаційного запиту та його відмінність від інших форм звернень громадян.
35. Організація доступу до публічної інформації та налагодження ефективної взаємодії між владою та громадськістю.
36. Робота з інформаційними запитами. Інформаційні продукти: бюлетені та інші інформаційні продукти, інформаційні видання. Офіційний сайт.
37. Комунікаційні механізми формування позитивного іміджу органів публічного управління
38. Основні складові іміджу керівника органу публічного адміністрування.
39. Комунікаційне забезпечення формування позитивного іміджу керівника.
40. Головні комунікаційні канали формування іміджу органів публічного адміністрування та місцевого самоврядування.

9. Методи навчання

Пояснювально-ілюстративний (інформаційно-рецептивний) метод: викладач організує сприймання та усвідомлення студентами інформації, а студенти здійснюють сприймання (рецепцію), осмислення і запам'ятовування її.

Репродуктивний: викладач дає завдання, у процесі виконання якого студенти здобувають уміння застосовувати знання за зразком.

Проблемного виконання: викладач формулює проблему і вирішує її, студенти стежать за ходом творчого пошуку (студентам подається своєрідний еталон творчого мислення).

Частково-пошуковий.(евристичний): викладач формулює проблему, поетапне вирішення якої здійснюють студенти під його керівництвом (при цьому відбувається поєднання репродуктивної та творчої діяльності студентів).

Дослідницький: викладач ставить перед студентами проблему, і ті вирішують її самостійно, висуваючи ідеї, перевіряючи їх, підбираючи для цього необхідні джерела інформації, прилади, матеріали тощо.

Інформаційно-повідомляючий метод викладання і виконавчий метод учіння. Передбачають викладання навчального матеріалу без докладного пояснення, узагальнення й систематизації, а студенти — заучують його без достатнього аналізу та осмислення;

Пояснювальний метод викладання і репродуктивний метод учіння. Викладач не тільки повідомляє певні факти, але й пояснює їх, домагаючись осмислення, засвоєння студентами (студенти засвоюють матеріал на рівні розуміння і запам'ятовування);

Інструктивно-практичний метод викладання і продуктивно-практичний метод учіння. Викладач інструктує студентів словесними, наочними або практичними способами, як виконувати певні практичні дії; студенти за допомогою вправ відшліфовують різні уміння і навички.

Пояснювально-спонукальний метод викладання і частково-пошуковий метод учіння. Викладач частину навчального матеріалу подає в готовому вигляді, іншу частину — через проблемні завдання; студенти засвоюють навчальний матеріал як за допомогою репродуктивного, так і творчого, дослідницького методу.

Спонукальний метод навчання і пошуковий метод. Викладач ставить перед студентами проблемні питання і завдання, організовуючи їх самостійну діяльність; студенти самостійно здобувають і засвоюють нові знання в основному без допомоги викладача.

10. Методи контролю

Поточний контроль знань здійснюється під час проведення консультацій, опитуванням на семінарському занятті.

Засобом підсумкового контролю є іспит у вигляді тестування.

11. Розподіл балів, які студенти отримують студенти

Рейтингова система оцінювання результатів навчання

Рейтинг студента з дисципліни складається з балів, що він отримує за:

1. Результати роботи студентів під час семінару;
2. Якість виконання індивідуального завдання.
3. Тестування

Система рейтингових балів та критерії оцінювання

1. Робота студентів під час семінару.

Максимальна кількість балів = 10 балів. $10 \times 3 = 30$ балів

Критерії оцінювання:

10 – ґрунтовна відповідь, відображення власної позиції, активна участь у дискусіях;

8 – правильна відповідь, активна участь у дискусіях;

4 – відповідь неточна або неповна, пасивна участь у дискусіях;

0 – відсутність на занятті.

2. Індивідуальне завдання

Максимальна кількість балів = 20 балів.

Критерії оцінювання:

20 – правильна відповідь;

10-19 – відповідь неточна або неповна;

0-9 – відповідь неточна або неповна;

0 – відповідь неправильна.

3. Тестування

Максимальна кількість балів = 50 балів.

$100 \times 0,5 = 50$ балів.

Розрахунок шкали (R) рейтингу

Сума вагових балів контрольних заходів протягом семестру складає:

$R C = 30 + 20 + 50 = 100$ балів

Критерії підсумкового оцінювання

Сума балів	Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		екзамен	залік
90-100	Відмінно (A)	Відмінно	Зараховано
82-89	Дуже добре (B)	Добре	
74-81	Добре (C)		
64-73	Задовільно (D)	Задовільно	Не зараховано
60-63	Достатньо (E)		
35-59	Незадовільно (FX)	Незадовільно	
1-34	Неприйнятно (F)		

12. Методичне забезпечення

Робоча програма (розглянута та схвалена на засіданні кафедри). Плани занять, конспект лекцій. Перелік основної та додаткової літератури. Навчально-наочні посібники, технічні засоби навчання тощо. Методичні розробки для проведення окремих занять. Тести.

13. Рекомендована література**Базова**

1. Войтович Р. В. Механізми реалізації зв'язків з громадськістю у державному управлінні : Методичний посіб. [Текст] / Р. В. Войтович. – Київ, Видавництво КМЦППК, 2011. – 84с.
2. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології: лекції [Текст] / Н. І. Зражевська. – Черкаси: Брама-Україна, 2010. – 224 с.
3. Інформаційна відкритість органів місцевого самоврядування. Посібник для муніципальних посадовців [Текст]. – Івано-Франківськ: ГО «Агентство з розвитку приватної ініціативи», 2009 – 96 с.
4. Ковалевська Т. Ю. Основи ефективної комунікації : (порадник управлінцеві на щодень) [Навч. посіб.] / Т. Ю. Ковалевська, С. А. Бронікова. – Одеса : Фенікс, 2008. – 140 с.
5. Комунікативний процес у місцевому самоврядуванні: навч.-метод. матеріали [Текст] / В. О. Чмига, О. М. Руденко; уклад. В.В. Святненко. – К. : НАДУ, 2013. – 84 с.
6. Комунікації в публічному управлінні: аспекти організаційної культури та ділового спілкування : [Навч. посіб.] / уклад.: Гошовська В. А. та ін. – Київ : К. І. С., 2016. – 130 с. – (Серія«Бібліотечка лідера місцевого самоврядування»).
7. Коротич О. Б. Комунікації у державних інституціях : [Навч. посіб.] / О. Б. Коротич. – Х. : Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2012. – 200 с.
8. Методичні рекомендації по роботі зі зверненнями громадян: для керівників та інших посадових осіб органів державної влади, органів місцевого самоврядування, установ, організацій, об'єднань громадян [Текст]. – Суми, 2014. – 24 с.
9. Мойсєєв В. А. Паблік рілейшнз : [Навч. посіб.] / В. А. Мойсєєв. – К. : Академвидав, 2007. – 224 с.
10. Науково-методичне забезпечення зв'язків з громадськістю в органах державної виконавчої влади [Текст] / [С. А. Чукут, Т. В. Джига, А. В. Баровська та ін.]. – К. : Вид-во НАДУ, 2007. – 70 с.
11. Почепцов Г. Г. Паблік Рилейшнз: [Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Почепцов Г. Г. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2006. – 327 с.
12. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади [Електронний ресурс] / упоряд. З. Казанжи. – Київ, 2016. – 112 с. – Режим доступу :

<http://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/posibnyk.pdf>. – Назва з титул. екрана. – Дата доступу : 19.08.2017.

13. Участь громадськості у процесі прийняття рішень на місцевому рівні: навчально-методичний посібник [Текст] / ДП «Укртехінформ». – Київ, 2013. – 250 с.
14. Химиця М. О. Інформаційна діяльність в органах державної влади та управління: [навч. посіб.] / Н. О. Химиця. – Львів : Видавництво Львівська політехніка, 2014. – 148 с. (Сер. «Інформація. Комунікація. Документація»; вип. 3).
15. Холод О. М. Комунікаційні технології [підруч.] / О. М. Холод – К.: «Центр учбової літератури». – 2013. – 211 с.

Допоміжна

1. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування: Монографія / За ред. В. Бебика, С. Куніцина. – К.: МАУП, 2003. – 240 .
2. Балабанова Л.В. Стратегічне управління маркетинговими комунікаціями: монографія / Л.В. Балабанова, О.В. Крутушкіна. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – 179 с.
3. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. – К.: МАУП, 2005. – 437 с.
4. Держава і громадянське суспільство: партнерські комунікації у глобальному світі : [Навч.-метод. посібн.] / Бебик В., Бортніков В., Дегтерьова Л., Кудряченко А.; за заг. ред. В. Бебика. – К. : Інститут громадянського суспільства, 2006. – 248 с.
5. Драгомирецька Н. Модель комунікації в державному управлінні // Вісник УАДУ, 2005. - № 4. – с. 23-30.
6. Комунікація: демократичні стандарти в роботі органів державної влади : [навч.посіб.] / за заг. ред. кандидата наук з державного управління Н. К. Дніпренко. – К.: ТОВ «Вістка», 2008– 164 с.
7. Ларина Р.Р. Технологии паблік рилейшнз в формировании позитивного имиджа: учебное пособие. – Ялта: «Ариал», 2011. – с. 157.
8. Макарєнко Є. А. Європейські комунікації: політичні, економічні, правові, безпекові, дипломатичні, суспільні та культурні аспекти : [кол. моногр.] / Є. А. Макарєнко, М. А. Ожеван, М. М. Рижков, В. М. Бебик, Н. І. Білан. – К. : Центр вільної преси, 2007. – 535 с.
9. Основи реклами і зв'язків з громадськістю : [Підруч.] / [Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І. та ін.] ; за заг. ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 431 с.
10. Примаєк Т.О. Маркетингова політика комунікацій: навчальний посібник. / Т.О. Примаєк. – К.: Атіка, Ельга-Н, 2009. – 328 с.
11. Що таке прес-служба урядової організації. – К.: ДП «Друкарня ДУС», 2006. – 41 с.