

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Львівський національний університет імені Івана Франка**  
**Історичний факультет**  
**Кафедра соціології**

**Затверджено**

На засіданні кафедри соціології  
історичного факультету  
Львівського національного університету  
імені Івана Франка  
(протокол № 1 від 28 серпня 2023 р.)

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

д.с.н., проф. Пачковський Ю.Ф.

**Силабус з навчальної дисципліни**  
**«Оцінка ефективності PR-технологій»,**  
**що викладається в межах ОПП Соціологія**  
**другого (магістерського) рівня вищої освіти для здобувачів**  
**зі спеціальності 054 Соціологія**

**Львів 2023**

<b>Назва дисципліни</b>	Оцінка ефективності PR-технологій
<b>Адреса викладання дисципліни</b>	Львівський національний університет імені Івана Франка Вул. Університетська, 1 Львів 79000, Україна
<b>Факультет та кафедра, за якими закріплена дисципліна</b>	Історичний факультет, кафедра соціології
<b>Галузь знань, шифр та назва спеціальності</b>	05 – соціальні та поведінкові науки 054 Соціологія
<b>Викладачі дисципліни</b>	Козаченко Ольга Олександрівна, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології
<b>Контактна інформація викладачів</b>	<a href="mailto:olha.kozachenko@lnu.edu.ua">olha.kozachenko@lnu.edu.ua</a> Сторінка викладача: <a href="https://clio.lnu.edu.ua/employee/kozachenko-o-o">https://clio.lnu.edu.ua/employee/kozachenko-o-o</a> Місце знаходження: Львів, Львівський національний університет імені Івана Франка, вул. Університетська 1, ауд. 318
<b>Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються</b>	Консультації в день проведення лекцій/практичних занять (за попередньою домовленістю). Також можливі он-лайн консультації через zoom, Microsoft teams або подібні ресурси. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача.
<b>Сторінка дисципліни</b>	<a href="https://clio.lnu.edu.ua/course/otsinka-efektyvnosti-pr-tekhnohohiy">https://clio.lnu.edu.ua/course/otsinka-efektyvnosti-pr-tekhnohohiy</a>
<b>Інформація про дисципліну</b>	Дисципліна «Оцінка ефективності PR-технологій» є дисципліною вільного вибору студента зі спеціальності 054 «Соціологія» для освітньої програми «Соціологія», яка викладається у 3 семестрі в обсязі 3 кредити ЄКТС
<b>Коротка анотація дисципліни</b>	Курс розроблено таким чином, щоб учасники мали змогу оволодіти системою теоретичних знань у галузі зв'язків з громадськістю, одержати практичні вміння та навички щодо аналізу PR-кампанії та визначення їх ефективності. Студенти отримають знання та навички щодо формування та реалізації PR-кампанії, включаючи усі етапи її творення: дослідницький етап, етап планування, реалізації та оцінки. Особлива увага приділяється оцінюванню ефективності PR-технологій, а саме: виокремленню різних моделей, критеріїв та методів. Студенти аналізуватимуть уже наявні кейси застосування різних PR-технологій, а також самостійно розроблятимуть концепцію PR-кампанії та її оцінки.
<b>Мета та цілі дисципліни</b>	<b>Метою</b> вивчення дисципліни «Оцінка ефективності PR-технологій» є вироблення у студентів достатнього рівня критичного осмислення сучасних теоретичних концепцій, методів та технік реалізації PR-діяльності та її оцінки, а також вміння самостійно формувати та оцінювати PR-концепцію. <b>Завдання:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ознайомлення студентів зі спектром західних та вітчизняних концепцій, де відображено сутність теоретичних та методологічних підходів до розуміння зв'язків з громадськістю та оцінки PR-технологій;</li> <li>• вдосконалення навичок аналізу конкретних випадків застосування різних PR-технологій та їх оцінки;</li> <li>• вдосконалення навичок самостійного створення PR-концепції, що сприятиме переведенню теоретичних знань в практичну площину;</li> <li>• вдосконалення навичок самостійного створення системи методів та критеріїв оцінки PR-кампаній.</li> </ul>

<p><b>Література для вивчення дисципліни</b></p>	<p><b>Основна література:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Королько В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика / Королько В.Г., Некрасова О. В. – К: Вид. дім «Кисво-Могилянська академія», 2009. 831 с.</li> <li>2. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна. К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. 431 с.</li> <li>3. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : Навч. посібник. – К. : Центр учбової літератури, 2013. 202 с.</li> </ol> <p><b>Додаткова література:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Березенко В.В. Планування PR-діяльності: Навчально-методичний посібник для студентів для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня “спеціаліст” спеціальності “Зв’язки з громадськістю. Запоріжжя: ЗНУ, 2015. 192 с.</li> <li>2. Вежель, Л. М. Основи зв'язків із громадськістю навчальний посібник. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2011. 123 с.</li> <li>3. Гриджук І.А., Кучер М.В. Організація та управління PR-кампанією підприємства та система критерії визначення її ефективності. <i>«Молодий вчений»</i>. № 6 (70). 2019. С. 160-167 <a href="https://www.molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/2553">https://www.molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/2553</a></li> <li>4.Лінніков С.В., Миронюк І.С. До питання оцінки ефективності інформаційно-комунікаційних кампаній у системі громадського здоров'я. <i>Україна. Здоров'я нації</i>. 2022. № 3 (69). <a href="http://healynation.uzhnu.edu.ua/article/view/266021">http://healynation.uzhnu.edu.ua/article/view/266021</a></li> <li>5. Мироненко В.В. Вимірювання ефективності PR-діяльності: варіативність критеріїв та підходів. <i>Communications and Communicative Technologies</i>. Вип. 20. 2020. С. 107 – 115.</li> <li>6. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: Навч.посібник. Київ : Знання, 2006. 327 с.</li> <li>7.Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 202 с.</li> <li>8. Петухова О. М, Степанчук С. О., Грущенко А. В. Ресе-технологія при розробці імеджевої рекламної та PR-кампанії підприємства. <i>Ефективна економіка</i>. № 12. 2021. <a href="https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/38694">https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/38694</a></li> <li>9.Романовський О.Г., Серета Н.В., Воробйова Є.В. Психологія паблік рилейшнз : навчально-методичний посібник. Харків : НТУ "ХП", 2015. 176 с.</li> <li>10.Сергеєва І.В. Психологія паблік рилейшнз : курс лекцій. Слов'янськ : вид-во Б.І. Маторіна, 2016. 102 с.</li> <li>11.Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю : Навч. посібник. – К. : НМЦВО, 2001. 560 с.</li> <li>12. Шевченко О.В. Яковець А.В. PR: теорія і практика. К.: Бізнесполіграф, 2011. 464с.</li> </ol> <p><b>Інтернет-джерела:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Institute for Public Relations <a href="https://instituteforpr.org">https://instituteforpr.org</a></li> <li>2. Як формувати PR-стратегію? Марафон Креативної Практики <a href="https://www.youtube.com/watch?v=I0_s1VEJpuQ">https://www.youtube.com/watch?v=I0_s1VEJpuQ</a></li> <li>3. <a href="https://perfect-pr.com.ua/cases/">https://perfect-pr.com.ua/cases/</a></li> </ol>
<p><b>Обсяг курсу</b></p>	<p>Загальний обсяг 90 академічних годин. 40 годин аудиторних занять. З них 20 годин лекцій, 20 годин лабораторних робіт/практичних занять та 50 годин самостійної роботи.</p>
<p><b>Очікувані результати навчання</b></p>	<p><b>Знати</b> методологічні і теоретичні основи вивчення зв'язків з громадськістю; практичні методи та інструментарій зв'язків з громадськістю, правила розробки PR-кампанії, методи кризових PR-</p>

	<p>кампаній; критерії, методи та моделі оцінки ефективності PR-технологій.</p> <p><b>Вміти:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• аналізувати наявні випадки застосування різних PR-технологій та їх оцінки;</li> <li>• самостійно створити PR-концепцію, включаючи усі її етапи;</li> <li>• самостійно сформулювати систему методів та критеріїв оцінки PR-кампаній.</li> </ul>
<b>Ключові слова</b>	PR-технології, громадськість, зв'язки з громадськістю, масова комунікація, імідж, реклама, PR-кампанія, кризові PR, ефективність PR-технологій, медіа, оцінка ефективності PR-технологій
<b>Формат курсу</b>	Очний
<b>Теми</b>	Детально див. Додаток «Схему курсу»**
<b>Підсумковий контроль, форма</b>	Залік в кінці семестру за підсумками роботи
<b>Пререквізити</b>	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з таких дисциплін: «Аналітична соціологія», «Моделювання та прогнозування соціальних процесів», «Інституціональний аналіз сучасного суспільства», «Соціальне проектування», «Моніторинг та оцінка соціальних проектів та програм»
<b>Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу</b>	Групова робота, дискусія, індивідуальна робота, індивідуальні творчі завдання, практичне заняття, презентація, самоосвіта, самостійна робота
<b>Необхідне обладнання</b>	Комп'ютер/ноутбук/смартфон з доступом до мережі Інтернет
<b>Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)</b>	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою.</p> <p>Оцінювання знань студентів завершується заліком та проводиться протягом семестру за такими видами робіт:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Модульна контрольна робота – 10 балів</li> <li>2. Індивідуальне завдання №1 «Аналіз існуючої PR-кампанії» - 30 балів</li> <li>3. Індивідуальне завдання № 2 «Презентація проекту авторського проекту PR-кампанії» - 40 балів</li> <li>4. Участь в семінарах/лекціях (участь в обговореннях, дискусіях тощо) – 20 балів (максимум 3 бали за 1 заняття).</li> </ol> <p><b>Академічна доброчесність:</b> очікується, що роботи студентів будуть їхніми оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, втручання в роботу інших студентів становлять, однак не обмежують прикладів можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак цього є підставою для незарахування тієї або іншої роботи студента викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Відповідно, жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.</p>
<b>Питання до іспиту (чи питання на контрольні роботи)</b>	<p><b>Індивідуальне завдання № 1</b> полягає у аналізі PR-кампанії/PR-технологій. Студент обирає для себе одну із тем, запропонованих викладачем або пропонує власну тему. Здійснює письмовий опис і аналіз згідно вимог, зазначених нижче. Результати повинні бути представлені на одному із занять у вигляді мультимедійної презентації, що передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• короткий виклад тої чи іншої PR-кампанії, окремих положень діяльності PR відділу в організації;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• критичний аналіз PR-технологій, що були використані для досягнення мети та висвітлення різних поглядів з приводу їх переваг та недоліків;</li> <li>• аргументація власного підходу та рекомендації щодо аналізованої PR-кампанії.</li> </ul> <p><b>Індивідуальне завдання № 2</b> буде полягати у застосуванні набутих теоретичних знань у сфері зв'язків з громадськістю до розроблення авторського проекту PR-кампанії. Студент обирає для себе одну із тем, запропонованих викладачем або пропонує власну тему. Результати повинні бути представлені на одному із занять у вигляді мультимедійної презентації, що передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• цілі та особливості кампанії</li> <li>• цільова аудиторія</li> <li>• позиціонування</li> <li>• канали та інструменти</li> <li>• оцінка ефективності кампанії за конкретними критеріями.</li> </ul>
<b>Опитування</b>	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.

**Додаток. Схема курсу «Оцінка ефективності  
PR-технологій»**

Тиж. / год	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)	Література / Ресурси в інтернеті	Завдання, год.	Термін виконання
1/8 год.	<b>Тема 1.</b> PR-кампанія: визначення проблеми	Лекція (презентація, дискусія) – 2 год. Семінар (групова робота, дискусія, самостійна робота, індивідуальна робота) – 2 год.	Основна: 1, 2, 3 Додаткова література: 1, 2, 6, 7, 9, 10, 12 Інтернет-джерела: 2	Самостійна робота – 4 год. SWOT – аналіз для PR-кампанії (для певного кейсу)	1-й тиждень
2/8 год.	<b>Тема 2.</b> Програма PR-кампанії: планування та програмування	Лекція (презентація, дискусія) – 2 год. Семінар (групова робота, дискусія, самостійна робота, індивідуальна робота) – 2 год.	Основна: 1, 2, 3 Додаткова література: 1, 2, 6, 7, 9, 10, 12 Інтернет-джерела: 1, 2, 3	Самостійна робота – 4 год. Планування PR-кампанії (на прикладі певного кейсу)	2-й тиждень
3/12 год.	<b>Тема 3.</b> Програма PR-кампанії: дія та комунікація	Лекція (презентація, дискусія) – 2 год. Семінар (групова робота, дискусія, самостійна робота, індивідуальна робота) – 2 год.	Основна: 1, 2, 3 Додаткова література: 1, 2, 6, 7, 9, 10, 12 Інтернет-джерела: 1, 2, 3	Самостійна робота – 8 год. Аналіз успішного кейсу PR-кампанії	3-й тиждень
4/8 год.	<b>Тема 4.</b> Внутрішньоорганізаційні зв'язки з громадськістю	Лекція (презентація, дискусія) – 2 год. Семінар (групова робота, дискусія, самостійна робота, індивідуальна робота) – 2 год.	Основна: 1, 2, 3 Додаткова література: 1, 2, 6, 7, 9, 10, 12 Інтернет-джерела: 2	Самостійна робота – 4 год. Аналіз внутрішньо організаційних PR (на прикладі певного кейсу)	4-й тиждень
5/8 год.	<b>Тема 5.</b> Кризові PR	Лекція (презентація, дискусія) – 2 год. Семінар (групова робота, дискусія,	Основна: 1, 2, 3 Додаткова література: 1, 2, 6, 7, 9, 10, 12	Самостійна робота – 4 год. Аналіз кейсів вдалого та невдалого	5-й тиждень

		самостійна робота, індивідуальна робота) – 2год.	Інтернет-джерела: 2	використання PR-технологій під час кризової ситуації	
6/8 год.	<b>Тема 6.</b> Оцінка ефективності PR-технологій: моделі та методи	Лекція (презентація, дискусія) – 2 год. Семінар (групова робота, дискусія, самостійна робота, індивідуальна робота) – 2год.	Основна: 1, 2, 3 Додаткова література: 3, 4, 5, 8 Інтернет-джерела: 2	Самостійна робота – 4 год. Аналіз певного кейсу оцінки ефективності PR-технологій(на прикладі кейсу)	6-й тиждень
7/8 год.	<b>Тема 7.</b> Оцінка підготовки PR-стратегій	Лекція (презентація, дискусія) – 2 год.  Семінар (групова робота, дискусія, самостійна робота, індивідуальна робота) – 2год.	Основна: 1, 2, 3 Додаткова література: 3, 4, 5, 8	Самостійна робота – 4 год. Розробка плану оцінки ефективності PR-технологій (на етапі підготовки)	7-й тиждень
8/8 год.	<b>Тема 8.</b> Оцінка реалізації PR-стратегій	Лекція (презентація, дискусія) – 2 год. Семінар (групова робота, дискусія, самостійна робота, індивідуальна робота) – 2год.	Основна: 1, 2, 3 Додаткова література: 3, 4, 5, 8	Самостійна робота – 4 год. Розробка плану оцінки ефективності PR-технологій (на етапі реалізації)	8-й тиждень
9/8 год.	<b>Тема 9.</b> Оцінка впливу PR-стратегій	Лекція (презентація, дискусія) – 2 год.  Семінар (групова робота, дискусія, самостійна робота, індивідуальна робота) – 2год.	Основна: 1, 2, 3 Додаткова література: 3, 4, 5, 8	Самостійна робота – 4 год. Розробка плану оцінки ефективності впливу PR-технологій	9-й тиждень

10/14 год.	<b>Тема 10.</b> Авторська PR-концепція	Лекція (презентація, дискусія) – 2 год.  Семінар (групова робота, дискусія, самостійна робота, індивідуальна робота) – 2год.	Основна: 1, 2, 3 Додаткова література: 1, 2, 6, 7, 9, 10, 12 Інтернет-джерела: 2	Самостійна робота – 10 год. Презентація авторської PR-концепції	10-й тиждень
Разом 90 год.		40 год. (20 год лекцій/20 год. семінарських занять)		50 год.	