

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет: історичний
Кафедра: соціології

Затверджено

На засіданні кафедри соціології
історичного факультету
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол № 1 від 30 серпня 2022 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 2022

Назва дисципліни	Оцінка ефективності PR-технологій
Адреса викладання дисципліни	Львівський національний університет імені Івана Франка Вул. Університетська, 1 Львів 79000, Україна
Факультет та кафедра, за якими закріплена дисципліна	Історичний факультет, кафедра соціології
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	05 – соціальні та поведінкові науки 054 Соціологія
Викладачі дисципліни	Козаченко Ольга Олександрівна, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології
Контактна інформація викладачів	olha.kozachenko@lnu.edu.ua Сторінка викладача: https://clio.lnu.edu.ua/employee/kozachenko-o-o Місце знаходження: Львів, Львівський національний університет імені Івана Франка, вул. Університетська 1, ауд. 318
Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються	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.
Сторінка дисципліни	https://clio.lnu.edu.ua/course/otsinka-efektyvnosti-pr-tekhnohoy-2
Інформація про дисципліну	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 3,5 кредити ЄКТС
Коротка анотація дисципліни	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.
Мета та цілі дисципліни	Метою 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. Завдання: <ul style="list-style-type: none"> • 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; • вдосконалення навичок аналізу конкретних випадків застосування різних PR-технологій та їх оцінки; • вдосконалення навичок самостійного створення PR-концепції, що сприятиме переведенню теоретичних знань в практичну площину; • вдосконалення навичок самостійного створення системи методів та критеріїв оцінки PR-кампаній.

<p>Література для вивчення дисципліни</p>	<p>Основна література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. 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. 3. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : Навч. посібник. – К. : Центр учбової літератури, 2013. 202 с. <p>Додаткова література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. 2. Вежель, Л. М. Основи зв'язків із громадськістю навчальний посібник. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2011. 123 с. 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 https://www.molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/2553 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). http://healynation.uzhnu.edu.ua/article/view/266021 5. Мироненко В.В. Вимірювання ефективності PR-діяльності: варіативність критеріїв та підходів. <i>Communications and Communicative Technologies</i>. Вип. 20. 2020. С. 107 – 115. 6. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: Навч.посібник. Київ : Знання, 2006. 327 с. 7.Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 202 с. 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. https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/38694 9.Романовський О.Г., Серета Н.В., Воробйова Є.В. Психологія паблік рилейшнз : навчально-методичний посібник. Харків : НТУ "ХП", 2015. 176 с. 10.Сергеєва І.В. Психологія паблік рилейшинз : курс лекцій. Слов'янськ : вид-во Б.І. Маторіна, 2016. 102 с. 11.Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю : Навч. посібник. – К. : НМЦВО, 2001. 560 с. 12. Шевченко О.В. Яковець А.В. PR: теорія і практика. К.: Бізнесполіграф, 2011. 464с. <p>Інтернет-джерела:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Institute for Public Relations https://instituteforpr.org 2. Як формувати PR-стратегію? Марафон Креативної Практики https://www.youtube.com/watch?v=I0_s1VEJpuQ 3. https://perfect-pr.com.ua/cases/
<p>Обсяг курсу</p>	<p>Загальний обсяг 105 академічних годин. 40 годин аудиторних занять. З них 20 годин лекцій, 20 годин лабораторних робіт/практичних занять та 65 годин самостійної роботи.</p>
<p>Очікувані результати навчання</p>	<p>Знати 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>Вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> аналізувати наявні випадки застосування різних PR-технологій та їх оцінки; самостійно створити PR-концепцію, включаючи усі її етапи; самостійно сформулювати систему методів та критеріїв оцінки PR-кампаній.
Ключові слова	PR-технології, громадськість, зв'язки з громадськістю, масова комунікація, імідж, реклама, PR-кампанія, кризові PR, ефективність PR-технологій, медіа, оцінка ефективності PR-технологій
Формат курсу	Очний
Теми	Детально див. Додаток «Схему курсу»**
Підсумковий контроль, форма	Залік в кінці семестру за підсумками роботи
Пререквізити	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»
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Групова робота, дискусія, індивідуальна робота, індивідуальні творчі завдання, практичне заняття, презентація, самоосвіта, самостійна робота
Необхідне обладнання	Комп'ютер/ноутбук/смартфон з доступом до мережі Інтернет
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)	<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"> Модульна контрольна робота – 10 балів Індивідуальне завдання №1 «Аналіз існуючої PR-кампанії» - 30 балів Індивідуальне завдання № 2 «Презентація проекту авторського проекту PR-кампанії» - 40 балів Участь в семінарах/лекціях (участь в обговореннях, дискусіях тощо) – 20 балів (максимум 3 бали за одне заняття). <p>Академічна доброчесність: 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>
Питання до іспиту (чи питання на контрольні роботи)	<p>Індивідуальне завдання № 1 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"> короткий виклад тої чи іншої PR-кампанії, окремих положень діяльності PR відділу в організації;

	<ul style="list-style-type: none"> • критичний аналіз PR-технологій, що були використані для досягнення мети та висвітлення різних поглядів з приводу їх переваг та недоліків; • аргументація власного підходу та рекомендації щодо аналізованої PR-кампанії. <p>Індивідуальне завдання № 2 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"> • цілі та особливості кампанії • цільова аудиторія • позиціонування • канали та інструменти • оцінка ефективності кампанії за конкретними критеріями.
Опитування	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
1/9 год.	Тема 1. 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 – 5 год. SWOT – аналіз для PR-кампанії (для певного кейсу)	1-й тиждень
2/9 год.	Тема 2. 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 – 5 год. Планування PR-кампанії (на прикладі певного кейсу)	2-й тиждень
3/14 год.	Тема 3. 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 – 10 год. Аналіз успішного кейсу PR-кампанії	3-й тиждень
4/9 год.	Тема 4. 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 – 5 год. Аналіз внутрішньо організаційних PR (на прикладі певного кейсу)	4-й тиждень
5/9 год.	Тема 5. 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 – 5 год. Аналіз кейсів вдалого та невдалого	5-й тиждень

		самостійна робота, індивідуальна робота) – 2год.	Інтернет-джерела: 2	використання PR-технологій під час кризової ситуації	
6/9 год.	Тема 6. 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 – 5 год. Аналіз певного кейсу оцінки ефективності PR-технологій(на прикладі кейсу)	6-й тиждень
7/9 год.	Тема 7. 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 – 5 год. Розробка плану оцінки ефективності PR-технологій (на етапі підготовки)	7-й тиждень
8/9 год.	Тема 8. 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 – 5 год. Розробка плану оцінки ефективності PR-технологій (на етапі реалізації)	8-й тиждень
9/9 год.	Тема 9. 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 – 5 год. Розробка плану оцінки ефективності впливу PR-технологій	9-й тиждень

10/19 год.	Тема 10. Авторська PR-концепція	Лекція (презентація, дискусія) – 2 год. Семинар (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 – 15 год. Презентація авторської PR-концепції	10-й тиждень
Разом 105 год.		40 год. (20 год лекцій/20 год. семінарських занять)		65 год.	