

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан факультету систем
і засобів масової комунікації

 Оксана КИРИЛОВА

«29» серпня 2025 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ВК 3-061-05 PR-комунікації некомерційних організацій

шифр

і повна назва навчальної дисципліни

для здобувачів вищої освіти

вид дисципліни

вибіркова

навчальний рік 2025 /2026

Розробник (-и) Бахметьєва Алла Миколаївна, доц. каф. ЗМК, канд. наук соц.ком
вказати розробників: ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання


підпис

Робоча програма схвалена на засіданні кафедри масової та міжнародної комунікації
Протокол від «16» червня 2025 року № 12

Ухвалено на засіданні науково-методичної ради факультету систем і засобів масової
комунікації
Протокол від «25» серпня 2025 року № 1

Опис навчальної дисципліни

Навчальний рік викладання дисципліни	Курс	Семестр	Підсумковий контроль				Індивідуальні завдання		Кредитів ECTS	Обсяг роботи студента (години)						
			екзамен	диф.залик	залик	курсова робота	форма	кількість		всього	аудиторні					самостійна робота
											всього	з аудиторних лекцій	практичні заняття	семінарські заняття	лабораторні заняття	
2025/26	2	3		3					5	150	38	20	18			112

1. Мета дисципліни.

Метою вивчення дисципліни є формування цілісного уявлення про сучасний стан, тенденції та перспективи розвитку PR-комунікацій у сфері некомерційних організацій – державних інституцій, закладів освіти, громадських, волонтерських і благодійних структур – у контексті воєнних та поствоєнних реалій України. Дисципліна спрямована на опанування теоретичних засад і методологічних підходів до вивчення стратегічних комунікацій некомерційного сектору, розвиток аналітичного мислення та здатності до критичної оцінки інформаційних процесів, управлінських рішень і комунікаційних стратегій в умовах суспільних криз. Особлива увага приділяється дослідженню впливу війни на публічну комунікацію та репутаційні практики організацій, розумінню ролі PR як інструменту соціальної консолідації, протидії дезінформації, формуванню довіри й суспільного діалогу. Дисципліна також покликана розвинути у здобувачів уміння інтегрувати міждисциплінарні знання, здійснювати рефлексію над етичними, культурними та медійними аспектами діяльності некомерційних організацій, формувати власні науково обґрунтовані підходи до аналізу та вдосконалення PR-практик у сучасному комунікативному середовищі.

2. Попередні вимоги до опанування навчальної дисципліни.

Загальні знання із соціальних комунікацій.

3. Результати навчання за дисципліною.

№	Результати навчання за дисципліною	Номери тем
1	Здатність досліджувати сучасні комунікаційні стратегії, концепції соціальної відповідальності та тенденції репутаційного менеджменту у сфері державних, освітніх, громадських і благодійних організацій.	1,2,3,4
2	Здатність до критичного аналізу й наукового осмислення комунікативних стратегій некомерційних організацій в умовах воєнного стану, суспільних криз та поствоєнного відновлення, з урахуванням етичних, культурних і правових чинників.	4,5,6,7,8
3	Оволодіння навичками збору, інтерпретації та узагальнення емпіричних даних щодо ефективності комунікативних практик некомерційних інституцій.	2,3
4	Уміння розробляти й просувати власні моделі PR-комунікацій для різних типів некомерційних організацій, спрямовані на зміцнення довіри, прозорості, громадської участі та соціальної згуртованості.	5,6,7,8

5	Здатність ідентифікувати ризики та виклики у сфері комунікацій під час війни і кризових ситуацій, формувати рекомендації щодо етичної, стійкої та соціально відповідальної взаємодії некомерційних організацій із цільовими аудиторіями та медіа.	2,5,6,7,8

4. Структура навчальної дисципліни.

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин*				
		лекції	практичні заняття	семінарські заняття	лабораторні заняття	самостійна робота
3 семестр						
1	Тема 1 Комунікативні стратегії некомерційних організацій у сучасному суспільстві. Теоретичні підходи до розуміння стратегічних комунікацій.	2	2			10
2	Тема 2 Медіапланування та інформаційна політика некомерційних організацій Планування інформаційних кампаній у публічному секторі.	2	2			10
3	Тема 3 Оцінка ефективності PR-комунікацій у некомерційному секторі Критерії успішності комунікативної діяльності.	2	3			20
4	Тема 4 Кризові та антикризові комунікації некомерційних організацій. Типологія криз.	2	2			10
5	Тема 5 PR-комунікації органів державної влади та місцевого самоврядування. Відкритість і прозорість державних комунікацій.	4	2			15
6	Тема 6 Комунікаційна діяльність закладів освіти як некомерційних організацій Освітній PR і академічна репутація.	2	2			10
7	Тема 7 PR-стратегії волонтерських, благодійних і громадських організацій Комунікація доброчинності	4	2			15
8	Тема 8. PR-комунікації у мілітарній сфері та силах оборони. Стратегічні комунікації як елемент національної безпеки.	2	3			22
Всього		20	18			112

Тематика практичних / семінарських / лабораторних занять

№ Теми	Тематика (назва) практичного/ семінарського/ лабораторного/заняття	Кількість годин	Рекомендована література (№ з переліку)
Тема 1	Комунікативні стратегії некомерційних організацій у сучасному суспільстві	2	Основна, 15, 16, 25, 31

	Теоретичні підходи до розуміння стратегічних комунікацій. Моделі взаємодії з громадськістю у державному, громадському та освітньому секторах. Особливості побудови довіри та соціального капіталу через PR.		
Тема 2	Медіапланування та інформаційна політика некомерційних організацій Планування інформаційних кампаній у публічному секторі. Вибір каналів комунікації в умовах обмежених ресурсів. Цифрові платформи, соціальні медіа та контент-стратегії для НКО.	2	Основна, 18, 19, 26, 29
Тема 3	Оцінка ефективності PR-комунікацій у некомерційному секторі Критерії успішності комунікативної діяльності. Кількісні та якісні методи оцінки. Репутаційні, соціальні, етичні та довгострокові ефекти PR.	2	Основна 14,18, 24, 27, 34
Тема 4	Кризові та антикризові комунікації некомерційних організацій Типологія криз. Принципи кризового менеджменту та репутаційної безпеки. Комунікація в умовах війни, надзвичайних ситуацій, соціальної напруги.	2	Основна, 20,32,33
Тема 5	PR-комунікації органів державної влади та місцевого самоврядування Відкритість і прозорість державних комунікацій. Протидія дезінформації та фейкам у публічному просторі. Стратегії державних комунікацій у воєнний час.	2	Основна, 15, 16, 29, 31, 33
Тема 6	Комунікаційна діяльність закладів освіти та спортивних об'єднань як некомерційних організацій Освітній PR і академічна репутація. Публічна комунікація університетів під час війни. Спортивна галузь і комунікативні стратегії.	2	Основна, 12, 13, 14, 17, 24, 30
Тема 7	PR-стратегії волонтерських, благодійних і громадських організацій Особливості публічності, довіри й підтримки. Комунікація доброчинності: етика, візуальні наративи, історії людей. Волонтерські рухи як комунікативний феномен воєнного часу.	2	Основна, 12, 18, 25, 34
Тема 8	PR-комунікації у мілітарній сфері та силах оборони Стратегічні комунікації як елемент національної безпеки. Публічний імідж армії та формування довіри. Взаємодія армії, медіа, громадськості та волонтерів. Комунікація втрат, героїзму, травми та підтримки.	4	Основна, 16, 19, 20
Всього годин		18	-

Тематика самостійної роботи

№ Теми	Тема самостійної роботи	Кількість годин	Рекомендована література (№ з переліку)
1-4	Медіапланування інформаційної кампанії в НКО (за вибором), методи оцінки її ефективності та опрацювання ризиків	72	Основна, додаткова
5-7	Дослідження новітніх трендів у стратегіях зв'язків з громадськістю НКО (за вибором)	40	Основна, додаткова
Всього годин		112	-

5. Схема формування оцінки.

5.1 Шкала відповідності оцінювання:

Відмінно/Excellent	Зараховано/Passed	90-100
Добре/Good		82-89
		75-81
		64-74
Задовільно/Satisfactory		60-63
Незадовільно/Fail	Не зараховано/Fail	0-59

5.2 Форми та організація оцінювання:

Поточний контроль:

Форма оцінювання	Строки проведення оцінювання (тижні викладання)	Максимальна кількість балів
Відповіді на практичних заняттях	Протягом семестру	40
Самостійна робота 1	9	30
Самостійна робота 2	14	30
Максимальна кількість балів за поточне оцінювання		100

Семестровий контроль:

Форма оцінювання	Максимальна кількість балів
Диференційований залік	100

5.3 Критерії оцінювання:

Критерії оцінювання знань здобувачів*	
Форма 1 (відповіді на практичних заняттях)	
Бали	Критерій
3	Відповідь часткова, не охоплює основні аспекти питання. Аргументи слабкі або відсутні, висновки необґрунтовані. прикладів або фактів мало або вони не стосуються теми. Мова нечітка, граматично або стилістично порушена, важко зрозуміти зміст.
4	Відповідь достатньо повна, охоплює більшість аспектів питання. Аргументація присутня, частково обґрунтовані висновки. Використані

	приклади / факти частково ілюструють тему. Мова зрозуміла, незначні стилістичні або граматичні помилки.
5	Відповідь повна, всебічна, враховує всі ключові аспекти. Аргументація чітка, логічна, висновки переконливі та обґрунтовані. Приклади / факти доречні, ілюструють тему і підсилюють аргументацію. Мова чітка, грамотна, стиль відповідає академічним вимогам.
Форма 2 (самостійні роботи)	
Бали	Критерій
10	Використані джерела поверхневі, обмежені, неструктуровані. Аналіз поверхневий, без аргументації, висновки частково обґрунтовані. Робота неструктурована, відсутня логіка подачі, порушені стандарти оформлення. Власні висновки відсутні або поверхневі, значна частина тексту – цитати.
20	Використані актуальні наукові джерела, частково систематизовані. Аналіз достатньо глибокий, аргументація присутня, висновки обґрунтовані. Структура роботи зрозуміла, логіка переважно дотримана, оформлення частково відповідає стандартам. Присутні власні висновки, частково підкріплені аргументами та аналізом.
30	Використані численні актуальні та авторитетні джерела, логічно структуровані. Глибокий та системний аналіз, переконлива аргументація, висновки повністю обґрунтовані. Чітка структура, логічна послідовність, оформлення відповідає академічним стандартам. Робота містить оригінальні висновки, переконливо обґрунтовані, демонструють критичне мислення.

* (за кожною формою оцінювання, зазначеною у п. 5.2)

6. Методи навчання, інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна:

Методи навчання: лекції, практичні заняття,

Інструменти та обладнання: практична база ФСЗМК та ІАА «УНІ-прес»

Програмне забезпечення:

7. Рекомендована література:

Основна:

1. Андрєєва, В. М. (2016). *Паблік рілейшнз: теорія і практика: навчальний посібник*. Київ: Центр учбової літератури.
2. Бернейс, Едвард (2025). *Кристалізація громадської думки. Як формується те, у що ми віримо?* Морфеус
3. Гоян, В. І. (Ред.). (2018). *Зв'язки з громадськістю (Public Relations): навчальний посібник*. Київ: КНЕУ.
4. Коулман, А. (2023). *Стратегії кризових комунікацій*. Київ: Фабула.
5. Куліш, А. (2001). *Public Relation для громадських (недержавних) організацій: Практичні поради на щодень*. Київ : Факт.
6. Маккуейл, Д. (2012). *Теорія масової комунікації* (6-е вид.). Київ: Академія.

7. Мур, К., & Каллен, Д. (2017). *Public Relations: Strategies and Tactics* (11th ed.). Boston: Pearson. [Open access: <https://archive.org/details/publicrelationsstrategies>]
8. Погорелова, І. (2020). *Медіапланування та інформаційна політика в комунікаціях некомерційних організацій. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, (2), 15–22.
9. Хольмс, П., & Грегори, А. (2020). *The Public Relations Handbook* (6th ed.). London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429298583>
10. Heath, R. L., & Johansen, W. (Eds.). (2018). *The International Encyclopedia of Strategic Communication*. Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781119010722>
11. Seitel, F. P. (2017). *The Practice of Public Relations* (13th ed.). Pearson. [Open access: <https://archive.org/details/practiceofpublicrelations13ed>]

Додаткова:

12. Бахметьєва, А. М. (2013). *Оцінка медіарейтингів як показник ефективності PR-підрозділу ВНЗ. Діалог: медіа-студії*, (16), 130–139.
13. Бахметьєва, А. М. (2011). *Використання Інтернету як каналу комунікації сучасним PR у вищій школі. Вісник Київського міжнародного університету*, 10, 33–40.
14. Бахметьєва, А. М. (2013). *Оцінка медіарелейтингу як показник ефективності PR-підрозділу ВНЗ. Діалог: медіа-студії*, 16, 130–139.
15. Городенко, Л. (2020). *Комунікаційні стратегії неурядових організацій у добу цифрових медіа. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Комунікації*, 3(2), 25–34. <https://doi.org/10.31866/2616-7573.3.2.2020.222314>
16. Гриценко, О. (2017). *Стратегічні комунікації в публічному управлінні*. Київ: НАДУ при Президентові України.
17. Гусєв, А. (2014). *Нові медіа як PR-інструмент у спорті. Вісник Книжкової палати*, (11), 50–51.
18. Дурман, М. (2021). *PR у діяльності некомерційних організацій: український контекст. Інформаційне суспільство*, (2), 45–53. <https://doi.org/10.37068/is.2021.2.5>
19. Зернецька, О. В. (2015). *Медіакомунікації у глобальному світі*. Київ: Академія.
20. Капліна, Г. (2022). *Антикризові комунікації: практичні аспекти управління репутаційними ризиками в НУО. Наукові записки Інституту журналістики*, 81(1), 88–97.
21. Колесник, Ю. (2024). *Люди купують у людей. Як побудувати бренд, маркетинг і комунікацію малого бізнесу та стартапів*. Київ: Stretovych.
22. Костюк, Т. (2020). *PR-комунікації органів державної влади: відкритість і прозорість як стратегічна мета. Публічне управління та адміністрування в Україні*, (17), 112–119.
23. Кочубей, Л.О. (2013). *PR у політичній сфері : підручник*. Київ : Альтера.
24. Кулікова, Т. (2019). *Освітній PR як інструмент формування академічної репутації. Вісник НАУ. Серія: Педагогіка. Психологія*, 2(12), 58–63.
25. Мелешенко, О. (2018). *PR-стратегії у волонтерських організаціях: український досвід. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*, (73), 142–149.
26. Почепцов, Г. (2014). *Від Facebook'у і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації* (2nd ed.). Київ: Спадщина.
27. Примак, Т.О. (2023). *PR для менеджерів і маркетологів*. Центр учбової літератури.
28. Ли, Рич (2020). *Міфи про PR*. Київ : Кондор.
29. Слободянюк, Є. (2019). *Шлях до серця виборця. Головна книга до виборчих кампаній*. Київ: Альтера.
30. Слюсаренко, А.В. (2018). *Public relations у сфері вищої освіти України. Бізнес-навігатор* (2-1), 80–83.

31. Смоляр, Л. (2014). *PR-діяльність у державному управлінні: комунікаційна складова*. Одеса: ОРІДУ НАДУ.
32. Черниш, О. (2021). *Кризові комунікації у сфері некомерційного сектору: типологія криз і алгоритми дій. Соціальні комунікації: теорія і практика*, 12(1), 34–42.
33. Чукут, С. (2023). *PR у публічному секторі: стратегії взаємодії з громадськістю. Вісник НАДУ при Президентіві України*, (1), 76–85.
34. Шевченко, В. (2016). *Інформаційні кампанії у публічному секторі: планування та оцінювання*. Київ: КІС.

Інформаційні ресурси:

MediaSapiens. Аналітика, освіта, стандарти журналістики та медіаграмотність.
<https://ms.detector.media>

VRK – Всеукраїнська рекламна коаліція. Офіційний сайт Всеукраїнської рекламної коаліції: події, рейтинги, індустриальні ініціативи. Взято з <https://vrk.org.ua/about-vrk.html>

Info Sapiens. Дослідницька агенція: публікації, опитування, соціальні дослідження.
<https://www.sapiens.com.ua/en/publications>

Perfect PR. Блог Perfect PR: Digital PR, SMM, управління репутацією. <https://perfect-pr.com.ua/blog>

PrBox. Блог PrBox: сучасні тенденції у PR, маркетингу та комунікаціях.
<https://prbox.co/blog-ua>

PR HUB. Мережа європейських PR-агенцій: кейси, стратегії, аналітика.
<https://prhub.net.ua>

PRNEWS.IO. Блог PRNEWS.IO: поради, кейси, PR-канали, медіа та онлайн-комунікації українською. Взято з <https://prnews.io/uk/blog>

European Association of Communication Directors (EACD). Official website of the European Association of Communication Directors. Retrieved from <https://www.eacd-online.eu>

Institute for Public Relations (IPR). Research and resources on public relations and communication management. Retrieved from <https://instituteforpr.org>

PR Daily (Ragan Communications). Professional news and insights for PR and communication specialists. Retrieved from <https://www.prdaily.com>

PRovoke Media (The Holmes Report). Global platform for PR industry analysis, trends, and agency rankings. Retrieved from <https://www.provokemedias.com>

Public Relations Society of America (PRSA). Official site of the PRSA: professional standards, education, and resources. Retrieved from <https://www.prsa.org>