



# Київський національний університет культури і мистецтв



## КАФЕДРА ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ІНДУСТРІЇ ДОЗВІЛЛЯ

### Силабус навчальної дисципліни

Назва дисципліни: **PR та ділові комунікації в дизайні**

Рівень вищої освіти: третій (освітньо-науковий), PhD

Галузь знань: 02 Культура і мистецтво

Спеціальність: 022 Дизайн

Назва освітньо-наукової програми: Дизайн

Сторінка курсу в Moodle:

<https://elearn.knukim.edu.ua/mod/resource/view.php?id=51631>

Рік навчання: 1-2-й Семестр: 2-3-й

Викладач: **Пашкевич Марина Юхимівна**, кандидат культурології (лекції, практичні, підсумковий контроль)

### Опис навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «PR та ділові комунікації в дизайні» є *вибірковою* освітньою компонентою навчального плану і, як вибіркова складова, дає можливість створити індивідуальну освітню траєкторію, метою якої є ознайомлення студентів з основами теорії та практики PR, з головними PR-технологіями, що використовуються у сучасному світі; надання майбутнім фахівцям систематизованого й емпірично аргументованого уявлення про застосування технологій Public Relations; формування уявлень і компетенцій щодо розробки різноманітних форм PR-супроводу для наукових досліджень і дизайн-проектів.

### Обсяг навчальної дисципліни

Кількість кредитів	Загальна кількість годин	Аудиторних годин	Самостійної роботи студента	Вид підсумкового контролю
6	180	72	108	Залік (2, 3 семестр)

**Тематичний план навчальної дисципліни**  
**2 семестр**

Назва теми, опис теми, завдання для самостійної роботи	К-сть годин	Вид навчальної діяльності	Форми і методи навчання	Оцінка (бали)
<p><b>Тема 1.1. Предмет та понятійний апарат курсу. наукова діяльність у сфері дизайну</b> Поняття та сутність сфери дизайну. Визначення термінів. Галузі знань, що вивчають сферу дизайну і діяльність в ній. Поняття громадськості. Ключові групи громадськості. Канали комунікації з цільовими аудиторіями. Сутність public relations. Передумови виникнення потреби в PR щодо наукової діяльності. Пропаганда та PR: спільне та відмінне. Основні цілі PR щодо наукової діяльності. <b>Завдання для самостійної роботи</b> <i>Теоретичні питання</i> 1. Які є ключові групи громадськості? 2. Як відрізняються об'єкти реклами від об'єктів PR? 3. В чому відмінності основних цілей PR від реклами? 4. Що є спільного та відмінного між PR та рекламою, PR та маркетингом, PR та журналістикою?</p>	2	лекція	Лекція, презентація, опитування	1
	10	самостійна	Самостійна робота: пошук та обробка інформації з різних джерел вирішення завдань, опитування	1
<p><b>Тема 1.2. Спільні та відмінні риси реклами та PR, та специфіка їх застосування у науково-презентаційній діяльності</b> Сутність реклами. Історичні трансформації рекламних інструментів. Спільні та відмінні риси реклами та PR. Засоби привернення уваги громадськості. Сегментування аудиторії та адресні звернення. Специфіка поширення наукових знань і необхідність залучення інструментарію PR для їх популяризації та впровадження. Сутність та поняття комунікативної домінанти. Стадії розвитку домінанти. Властивості домінанти. Сутність та поняття стереотипу. Схема переходу домінанти в стереотип. <b>Завдання для самостійної роботи</b> <i>Практичні завдання</i> 1. Проаналізуйте стан популяризації наукових знань і досягнень в країнах Європи. 2. Проаналізуйте стан популяризації наукових знань і досягнень в США. 3. Проаналізуйте стан популяризації наукових знань і досягнень в Україні.</p>	2	лекція	Лекція, презентація, опитування	1
	10	самостійна	Самостійна робота: пошук та обробка інформації з різних джерел вирішення завдань, опитування	1
<p><b>Тема 1.3. Пропаганда і PR: спільне і відмінне</b> Сутність пропаганди. Походження терміна.</p>	2	лекція	Лекція, презентація, опитування	1

<p>Ознаки пропаганди. Використання пропагандистських прийомів в культурах тоталітаризму, олігократії та демократичного суспільства. Спільні та відмінні риси в діяльності пропагандиста та PR спеціаліста. Сучасні прийоми пропаганди наукових розвідок соціокультурної сфери та переваги впровадження наукових розвідок з дизайну.</p> <p><b>Завдання для самостійної роботи</b>  <i>Практичні завдання</i></p> <p>1. Дослідити прийоми використання PR-технологій щодо популяризації наукових знань і досягнень.  2. Дослідити прийом «вибіркового підбору інформації» щодо популяризації наукових знань і досягнень.  3. Дослідити прийом «залучення авторитетних особистостей» щодо популяризації наукових знань і досягнень.</p>	10	самостійна	Самостійна робота: пошук та обробка інформації з різних джерел вирішення завдань, опитування	1
<p><b>Тема 1.4. Вербальна комунікація, її форми. Принципи ділового та наукового спілкування</b></p> <p>Специфіка наукових комунікацій. «Мова науки» як лінгвістичний феномен. Категоріально-понятійний апарат наукового дослідження.</p> <p>Усна та письмова форми вербальної комунікації. Відмінності сприйняття усного та письмового мовлення. Вимоги до письмового викладу матеріалу. Специфіка мовного (усного) представлення результатів дослідження. Наукова публіцистика у фахових виданнях та спеціалізованих бізнес-виданнях: особливості жанрових викладів матеріалу. Принципи наукового спілкування. Принципи ділового спілкування в процесі практичного впровадження результатів дослідження.</p> <p>Комунікації у науковому та громадському середовищах. Комунікації в інтернет-середовищі. Висловлювання на форумах та в соціальних мережах.</p> <p><b>Завдання для самостійної роботи</b>  <i>Практичне завдання</i></p> <p>Обґрунтувати актуальність індивідуальних досліджень та поставити питання колегам.</p>	1	лекція	Лекція, презентація, опитування	1
	4	практичне	Практикум, дискусія, презентація	3
	10	самостійна	Самостійна робота: пошук та обробка інформації з різних джерел вирішення завдань, опитування	1
<p><b>Тема 1.5. Раціональні й емоційні складові впливу у вербальній комунікації</b></p> <p>Культура наукових вербальних комунікацій. Використання функціональних стилів мови в усному публічному виступі: офіційно-ділового, наукового, публіцистичного, художнього, розмовного. Їх стилеві ознаки, характерні особливості, основні функції. Відповідні усні і письмові форми мовлення.</p> <p>Стилістичне та емоційне забарвлення вербальних комунікацій.</p> <p>Використання синонімічних рядів,</p>	1	лекція	Лекція, презентація, опитування	1
	6	практичне	Практикум, дискусія, презентація	4
	10	самостійна	Самостійна робота: пошук та обробка інформації з різних джерел вирішення	1

<p>алегорій, метафор, порівнянь в публікаціях та виступах. Специфіка комунікацій з аудиторією слухачів: обговорення, риторичний виклик, інверсія, антитеза, повтор, градація та ін. Особливості провокаційної промови. Техніка мовлення. Ритміка, паузи, інтонація, дикція, жест.</p> <p><b>Завдання для самостійної роботи</b> <i>Теоретичні питання</i></p> <p>1. Які ділові комунікації науковця в процесах впровадження і поширення результатів наукового дослідження?</p> <p>2. Пропагування результатів наукової роботи.</p> <p>3. Які є засоби переконання та рекламування і бізнес полеміці?</p> <p>4. Які є технології впливу?</p>			завдань, опитування	
<p><b>Тема 1.6. Невербальна комунікація, структурна модель, складові. Мова жестів, міміка. Візуальні матеріали і їх структурна побудова</b></p> <p>Категорії позамовних засобів комунікації. Комунікативні функції мови по Якобсону. Формування комунікативного простору методами PR. Паралінгвістичний компонент невербальної комунікації. Голос і його якісні характеристики. Кінестичні вирази в комунікаційному процесі. Організація простору у спілкуванні. Ольфакторний компонент невербальної комунікації.</p> <p>Візуальна складова наукових досліджень і її вплив на аудиторію. Культура представлення візуальних матеріалів наукових викладів. Роль композиційної організації змістових складових. Акценти та доміанти у викладі результатів. Графіки і схеми. Мажорна і мінорна діагоналі. Роль кольору у представленні результатів наукових розвідок.</p> <p>Переваги візуально-образних складових над текстовими у представленні наукових результатів громадськості.</p> <p><b>Завдання для самостійної роботи</b> <i>Теоретичні питання</i></p> <p>1. Візуальна складова наукових досліджень, її вплив на аудиторію?</p> <p>2. Культура представлення візуальних матеріалів наукових викладів.</p> <p>3. Яка роль композиційної організації змістових складових?</p> <p>4. Акценти та доміанти у викладі результатів.</p> <p>5. Графіки і схеми. Мажорна і мінорна діагоналі.</p> <p>6. Яка роль кольору у представленні результатів наукових розвідок?</p> <p>7. Які переваги візуально-образних складових над текстовими у представленні наукових результатів громадськості?</p>	2	лекція	Лекція, презентація, опитування	1
	8	практичне	Практикум, дискусія, презентація	6
	12	самостійна	Самостійна робота: пошук та обробка інформації з різних джерел вирішення завдань, опитування	1

			<b>Всього:</b>	<b>25</b>
<b>Вид підсумкового контролю:</b>	<b>Залік</b>	<b>Форма контролю</b>	<b>Тести</b>	<b>75</b>
			<b>Загальний підсумок:</b>	<b>100</b>

### 3 семестр

<b>Назва теми, опис теми, завдання для самостійної роботи</b>	<b>К-сть годин</b>	<b>Вид навчальної діяльності</b>	<b>Форми і методи навчання</b>	<b>Оцінка (бали)</b>
<p><b>Тема 2.1. Ділові комунікації науковця</b>  Наукові доповіді, дискусії та публічні виступи для широкого загалу слухачів. Відмінності комунікативних компетенцій.  Комунікативні вимоги для популяризації науки в Україні. Типи проєктів. Жанрові особливості. Проєкт «Розкажи про своє дослідження». Медійні та арт-проєкти, що популяризують науку. «Красива наука» - спільнота вчених, фотографів, дизайнерів що створюють мультимедійні проєкти на перетині науки та мистецтва. Взаємодія науки і бізнесу. Можливості запуску наукомістких стартапів. Проведення «вечірок» з представленням докладів та презентацій що обмежені формою та часом. Формат «Реша Куча».</p> <p><b>Завдання для самостійної роботи</b>  <i>Практичні завдання</i></p> <p>1.Вимоги щодо комунікації з науковцями з інших галузей.  2.Специфіка комунікації з громадськістю на спеціалізованих і галузевих виставках та бізнес-форумах.  3.Дизайн та PR як комунікативно орієнтовані види діяльності.</p>	4	лекція	Лекція, презентація, опитування	1
	6	самостійна	Самостійна робота: вирішення завдань, опитування	1
<p><b>Тема 2.2. Форми ділової комунікації. Ділові переговори і наукова бесіда. Особливості полеміки</b>  Ділові комунікації науковця в процесах впровадження і поширення результатів наукового дослідження. Комунікації з освітніми закладами і установами. Комунікації з науково-дослідними закладами і установами. Комунікації з фаховими і профільними виданнями. Наукова полеміка.  Комунікації з бізнес-центрами і медійними організаціями. Пропагування результатів наукової роботи. Засоби переконання та рекламування і бізнес полеміці. Технології впливу.</p> <p><b>Завдання для самостійної роботи</b>  <i>Практичні завдання</i></p> <p>Популяризувати результати індивідуальних досліджень та обґрунтувати їх суспільну результативність.</p>	4	лекція	Лекція, презентація, опитування	1
	4	практичне	Практикум, дискусія, презентація	2
	4	самостійна	Самостійна робота: пошук та обробка інформації з різних джерел вирішення завдань, опитування	1
<p><b>Тема 2.3. Позичування науковця як система стереотипів</b></p>	4	лекція	Лекція, презентація, опитування	1

<p>Сутність та поняття позиціювання. Позиціювання особистості в суспільстві. Рівні позиціювання. Діагностика рівня позиціювання. Вимоги до позиціювання. Властивості стереотипів. Типи стереотипів. Завдання PR в роботі зі стереотипами. Прийоми виявлення стереотипів. Вічні стереотипи.</p> <p><b>Завдання для самостійної роботи</b> <i>Теоретичні питання</i></p> <p>1. Пояснити в чому сутність терміна позиціювання. 2. На яких психологічних особливостях базується фактор спозиційованості PR-об'єкта. 3. Назвати прийоми виявлення стереотипів щодо науковця як PR-об'єкта.</p>	4	практичне	Практикум, дискусія, презентація	2
	5	самостійна	Самостійна робота: пошук та обробка інформації з різних джерел вирішення завдань, опитування	1
<p><b>Тема 2.4. Використання засобів реклами та PR у формуванні іміджу сучасного науковця</b></p> <p>Сутність і поняття іміджу. Ознаки цілеспрямованого іміджу. Типологія іміджу. Індивідуальний і корпоративний імідж. Складові іміджу науковця. Імідж представника наукової організації, закладу. Етапи формування іміджу науковця. Поняття дрес-коду в іміджі. Імідж і репутація: спільне та відмінне. Специфіка іміджу представників соціокультурної сфери, зокрема, дизайну.</p> <p>Вплив публічних виступів та вибудовування зв'язків з громадськістю.</p> <p>Імідж науковців з дизайну у США та країнах Європи. Медійна підтримка В.Папанека, Дж. Нельсона, Н.Броуді та інших.</p> <p><b>Завдання для самостійної роботи</b> <i>Теоретичні питання</i></p> <p>1. Дослідити прийоми по підвищенню іміджу публічних людей України. 2. Що таке «публічний капітал»? 3. В чому полягає сутність PR прийому «кредит довіри»? 4. Яка ірраціональна складова іміджу?</p>	4	лекція	Лекція, презентація, опитування	1
	2	практичне	Практикум, дискусія, презентація	2
	4	самостійна	Самостійна робота: пошук та обробка інформації з різних джерел вирішення завдань, опитування	1
<p><b>Тема 3.1. Культура ділових комунікацій. Основи практичної етики</b></p> <p>Комунікативні практики наукових та освітніх організацій.</p> <p>Наукові зустрічі, конференції, симпозіуми, колоквиуми, семінари та «круглі столи» та специфіка підготовки до кожного з</p>	2	лекція	Лекція, презентація, опитування	1
	2	практичне	Практикум, дискусія, презентація	2

<p>них. Наукові дослідження і їх обговорення у науковій спільноті. Особливості наукової дискусії. Правила постановки питань та вимоги до відповідей. Наукова обґрунтованість питань та відповідей. Апелювання до наявних досліджень.</p> <p>Відгуки та рецензії на підготовлені публікації та кваліфікаційну роботу. Наукові зауваження та культура їх представлення.</p> <p><b>Завдання для самостійної роботи</b></p> <p><i>Практичне завдання</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Скласти пам'ятку по організації прес-конференції.</li> <li>2. Скласти календар-графік підготовки до прес-конференції.</li> <li>3. Відпрацювання технології створення прес-релізу.</li> </ol>	9	самостійна	Самостійна робота: пошук та обробка інформації з різних джерел вирішення завдань, опитування	1
<p><b>Тема 3.2. Технології публічного виступу та ділових комунікацій з колегами і опонентами</b></p> <p>Типологія ділових комунікацій: канали і засоби взаємодії промовця зі слухачами. Використання соціально-психологічних механізмів: переконання, навіювання, наслідування, «зараження» та ін. Поняття про «зворотній зв'язок». Евристичний компонент у психології мовного спілкування. Ораторська майстерність. Техніка мовлення. Контакт з аудиторією.</p> <p>Основні прийоми стимулювання уваги та інтересу слухачів: прийом психологічної паузи, прийом створення проблемної ситуації, прийом імпровізації, прийом використання принципово нового фактичного матеріалу, принципово нова оцінка загальновідомого явища, події, прийом використання гумору, новизна інформації, прийом короткого відступу від теми, прийом використання несподіваних нових гіпотез та ін.</p> <p><b>Завдання для самостійної роботи</b></p> <p><i>Практичне завдання</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Використати соціально-психологічні механізми: переконання, навіювання, наслідування, «зараження» та ін.</li> <li>2. Забезпечити «зворотній зв'язок».</li> </ol>	2	лекція	Лекція, презентація, опитування	1
	6	практичне	Практикум, дискусія, презентація	2
	8	самостійна	Самостійна робота: пошук та обробка інформації з різних джерел вирішення завдань, опитування	1
<p><b>Тема 3.3. Комунікація в конфліктних ситуаціях</b></p> <p>Конфлікти в ділових комунікаціях і апелювання до наукових засад конфліктології. Причини наукових конфліктів: об'єктивні і суб'єктивні; конструктивні і деструктивні. Типологія наукових конфліктів і рівні їх вирішення: міжособистісний, колективний та</p>	2	лекція	Лекція, презентація, опитування	1
	4	практичне	Практикум, дискусія, презентація	1
	10	самостійна	Самостійна робота: пошук та обробка інформації з	1

<p>арбітральний. Засоби вирішення конфліктів: запобігання (упередження і моделювання конфліктних ситуацій); завершення (переконання); ослаблення і компроміс (зміна фокусу наукового погляду або точки зору); відсторонення (аргументація і контрзапитання); відтермінування.</p> <p><b>Завдання для самостійної роботи</b>  <i>Практичне завдання</i>          Представити анотацію власного проекту і засоби вирішення конфліктів під час презентування: запобігання (упередження і моделювання конфліктних ситуацій); завершення (переконання); ослаблення і компроміс (зміна фокусу наукового погляду або точки зору); відсторонення (аргументація і контрзапитання); відтермінування</p>			різних джерел вирішення завдань, опитування	
<b>Всього:</b>				<b>25</b>
<b>Вид підсумкового контролю:</b>	<b>Залік</b>	<b>Форма контролю</b>	<b>Тести</b>	<b>75</b>
<b>Загальний підсумок:</b>				<b>100</b>

### **Технічне і програмне забезпечення**

Ноутбук, мікрофон, слайдопроектор, екран, з'ємний диск, персональний комп'ютер, з підключенням до мережі Інтернет для: комунікації та виконання завдань підсумкового контролю – доступ до системи Moodle.

Програмне забезпечення для роботи з демонстраційним матеріалом дисципліни: FastStone Image Viewer, PowerPoint BurnAware Professional, або аналогічні програми для роботи із зображеннями, фото- та відеоматеріалами.



## Рекомендовані джерела інформації

### Основна література

1. Батыгин Г.С. Коммуникации в научном сообществе. Этнос науки. Москва : Академия, 2008. 180 с.
2. Волков А. А. Теория риторической аргументации. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Добросвет, КДУ, 2013. 373 с.
3. Герасимова И. А. Введение в теорию и практику аргументации : учеб. пособие. 2-е изд. Москва : Логос, 2010. 312 с.
4. Куліш Андрій. Практика ПР по-українському. Щоденні поради ПР-початківцям. Київ : Тов. «АДЕФ-Україна», 2005. 336 с.
5. Шпаковский В., Егорова Е. PR-дизайн и PR-продвижение. Инфраинженерия. 2018. 180 с.

### Допоміжна література

1. Гончарова О.М. Риторика та технології наукової презентації: навчально-методичний комплекс. К.: КНУКіМ, 2019. 88 с.
2. Добронравова І. С., Руденко О. В., Сидоренко Л. І. Методологія та організація наукової діяльності: навч. посібник. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2018. 601 с.
3. Ивин А. А. Теория аргументации : учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Гардарики, 2000. 416 с.
4. Каптерев А. Мастерство презентации: Как создавать презентации, которые могут изменить мир. Москва : Манн Иванов и Фербер, 2012. 254 с.
5. Кармин Галло. Презентации в стиле TED: 9 приемов лучших в мире выступлений. Москва : Альпина Паблицер, 2015. 253 с.

### Політика вивчення навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна передбачає роботу в колективі.

Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) відсутні за відвідування бали можуть бути повернені студенту. За таких обставин студент мусить пред'явити медичну довідку, або надати довідку про відсутність від деканату.

Ліквідація заборгованості відбувається не пізніше ніж за 2 тижня до підсумкового контролю.

Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане під час виконання завдання.

Списування на заліку заборонено (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування.

### Система оцінювання та вимоги

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	ВИД КОНТРОЛЮ	БАЛИ	
		2 семестр	3 семестр
	присутність на лекційних заняттях (при пропусках занять з поважних причин виставляється)	максимальна оцінка складає 6 балів	максимальна оцінка складає 7 балів
	активність студента під час аудиторних занять (практикум, дискусія, презентація)	максимальна оцінка складає 13 балів	максимальна оцінка складає 11 балів
	виконання завдань самостійної роботи	максимальна оцінка складає 6 балів	максимальна оцінка складає 7 балів
	Всього:	25 балів	
<b>ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ</b>	Залік (2, 3 семестр)	75 балів	
	Загальна оцінка:	100 балів	

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для іспиту, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90–100	A	відмінно	зараховано
84–89	B	добре	
74–83	C	задовільно	
66–73	D		
61–65	E		
21–60	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	незадовільно з можливістю повторного складання
0–20	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни