

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

**ЧЕРКАСЬКИЙ ІНСТИТУТ ПОЖЕЖНОЇ БЕЗПЕКИ ІМЕНІ ГЕРОЇВ
ЧОРНОБИЛЯ НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ**

Кафедра соціально-гуманітарних дисциплін

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

для виконання контрольної роботи з дисципліни

ОСНОВИ ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ

підготовки здобувача за другим (магістерським) рівнем вищої освіти
в галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
спеціальності 053 «Психологія»
спеціалізації – екстремальна та кризова психологія

Черкаси – 2024

Методичні рекомендації для виконання контрольної роботи з навчальної вибіркової дисципліни «Основи Паблік Рілейшнз» для підготовки здобувача за другим (магістерським) рівнем вищої освіти в галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» за спеціальністю 053 «Психологія» для слухачів заочного навчання

Розробник: професор кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Черкаського інституту пожежної безпеки імені Героїв Чорнобиля Національного університету цивільного захисту України доктор філософських наук, професор Дмитро УСОВ

© Д.В. Усов, 2024 р.

Мета та завдання навчальної дисципліни

– Навчальна дисципліна «Основи Паблік Рілейшнз» забезпечує набуття у слухачів теоретичних знань в галузі паблік рілейшнз та практичних навичок щодо управління зв'язками з громадськістю. Завданнями вивчення дисципліни є: засвоєння теоретичних положень паблік рілейшнз та усвідомлення їх сутності й ролі в управлінській діяльності; відпрацювання практичних навичок в галузі управління паблік рілейшнз залежно від сфери діяльності; виховання здатності до творчого пошуку напрямків здійснення ПР діяльності та удосконалення системи зв'язків із громадськістю; оволодіння навичками здійснення ПР-діяльності.

–

– Після вивчення курсу «Основи Паблік Рілейшнз» здобувачі мають:

–

– **знати:**

- понятійний і категорійний апарат паблік рілейшнз;
- предметні сфери, інститути і технології паблік рілейшнз;
- психологічні механізми формування громадської думки;
- методи впливу паблік рілейшнз на громадську думку;
- методи вивчення громадської думки;
- основні принципи антикризового паблік рілейшнз.

– **вміти:**

- охарактеризувати основні моделі паблік рілейшнз;
- здійснювати вибір необхідних каналів комунікації з конкретними контактними групами, засобами масової інформації;
 - використовувати прийоми створення іміджу;
 - організовувати і проводити комунікаційні заходи: прес-конференції, брифінги, презентації, круглі столи;
 - складати інформаційні матеріали: прес-реліз, вітання, медіа-карту, матеріал для публікації в пресі.

– **комунікація:**

- взаємодія в колективі з метою виконання завдань;
- продукування деталізованих усних і письмових повідомлень, зокрема у професійній діяльності;
- вільне спілкування з питань, що стосуються вивчення навчальної дисципліни, з колегами.

– **автономія та відповідальність:**

- робота та/або навчання під керівництвом або наглядом з певною самостійністю;
- адаптація своєї поведінки до зовнішніх обставин під час виконання завдань або розв'язання проблем;
- здатність до подальшого навчання з елементами автономії;
- демонстрація значної авторитетності, інноваційності, високий ступінь самостійності, академічна та професійна доброчесність, послідовна відданість розвитку нових ідей або процесів у передових контекстах професійної та наукової діяльності;

– здатність до безперервного саморозвитку та самовдосконалення.

САМОСТІЙНА РОБОТА СЛУХАЧА

Самостійна робота слухача – важлива складова навчального процесу. Вона є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від обов’язкових навчальних занять. Зміст самостійної роботи слухача над конкретною дисципліною визначається навчальною програмою дисципліни, методичними матеріалами, завданнями та вказівками викладача. Самостійна робота слухача над засвоєнням навчального матеріалу з конкретної дисципліни може виконуватися у бібліотеці вищого навчального закладу, навчальних кабінетах, комп’ютерних класах (лабораторіях), а також в домашніх умовах.

Слухачам також рекомендується для самостійного опрацювання відповідна наукова література та періодичні видання.

Вибір питань для самостійного навчання може бути обумовлений зацікавленістю слухача, його прагненням до поглиблення своїх знань і навичок напрямку діяльності, а також виходячи з необхідності ліквідувати прогалини в знаннях, що можуть призвести до помилок у роботі.

Викладач може дати слухачу індивідуальне завдання, вказавши, яку літературу необхідно вивчити і встановити строк, необхідний для цього, або запропонувати підготувати реферат по обумовленій темі, скласти проект документа. У такому разі план самостійної підготовки розробляється слухачем і затверджується викладачем.

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Під час проведення семінарських занять перевіряється засвоєння матеріалу, викладеного в лекції та індивідуальна робота слухачів під час самопідготовки. До контрольних заходів входять поточний і підсумковий контроль.

Поточний контроль здійснюється під час проведення семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості слухача до виконання конкретної роботи. Форма проведення поточного контролю під час навчальних занять і система оцінювання рівня знань визначаються кафедрою.

Підсумковий контроль проводиться з метою перевірки рівня засвоєння слухачами тем, передбачених програмою дисципліни «Філософія». Підсумковий контроль включає в себе перевірку знань слухачів з дисципліни після вивчення курсу під час екзамену.

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Оцінювання знань слухачів здійснюється в такий спосіб і за такими критеріями:

- усне опитування;
- результати самостійної роботи;
- результати екзамену.

Оцінювання знань слухачів під час поточного контролю здійснюється за чотирьохбальною системою: “відмінно”, “добре”, “задовільно”, “незадовільно”, а саме:

– **“відмінно”** – якщо слухач показав глибокі знання програмного матеріалу, грамотно і логічно його виклав, бачить проблеми та протиріччя, аналізує та розв’язує складні завдання, прийняв вірне рішення при вирішенні практичного завдання, застосовуючи при цьому діючі нормативно-правові акти;

– **“добре”** – якщо слухач твердо знає і виклав програмний матеріал, крім відтворення знань, ще і вмів розв’язувати типові завдання; без істотних помилок та вірно використав свої знання при письмовому вирішенні практичного завдання;

– **“задовільно”** – якщо слухач в основному виклав матеріал, не розкривши окремих деталей, допустивши окремі несуттєві помилки при відповіді на теоретичні та практичне питання; продемонстрував вміння відтворити знання;

– **“незадовільно”** – якщо слухач дав неправильну відповідь на поставлені питання або не по суті питання.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ ТА ВИБОРУ ВАРІАНТУ

Контрольна робота є самостійним видом роботи слухача, передбаченим навчальним планом вивчення курсу «Основи Паблік Рілейшнз».

Контрольну роботу виконують за допомогою комп’ютерної техніки способом. Друкують через півтора інтервали, з розрахунку не більш 30 рядків на сторінці за умов рівномірного її заповнення та висотою літер і цифр не менш, ніж 1,8 мм. (кегель 14).

Текст слід друкувати, витримуючи параметри сторінок: верхній, нижній береги – не менш 20 мм, лівий – 30, правий – 15 мм. Під час виконання роботи необхідно дотримуватися рівномірної щільності, контрастності й чіткості тексту.

Перед виконанням контрольної роботи необхідно ознайомитись з методичними вказівками, питаннями, передивитися записи, зроблені на лекціях.

На обкладинці необхідно вказати назву навчального закладу, предмету, що вивчається, кафедру, номер залікової книжки, прізвище, ім'я та по батькові, адресу (Додаток А).

Під час виконання роботи потрібно спочатку записати питання, а потім дати на нього відповідь. Відповіді повинні бути конкретні, написані державною мовою, акуратно оформлені.

В тексті контрольної роботи обов'язкове посилання на використані літературні джерела, перелік яких наводиться у списку літератури. У список використаної літератури вносяться праці, з яких запозичуються цитати, думки, статистичні дані, на які робиться посилання. Забороняється використання будь-яких російськомовних джерел.

Бібліографічні посилання – це сукупність відомостей про літературне джерело, що використовується в тексті контрольної роботи. Джерела в списку літератури потрібно розташовувати згідно порядку посилань в тексті записки. Відомості про джерела повинні включати: прізвище та ініціали автора, місце видання, видавництво та рік видання, кількість сторінок. Посилання в тексті на джерела потрібно розташовувати у квадратних дужках, порядковий номер джерела зазначається згідно з списком літератури.

У кінці роботи потрібно вказати перелік літератури, поставити дату і підпис (Додаток Б).

Виконана робота направляється викладачу на перевірку в строк, який вказаний у графіку виконання контрольних робіт.

Оцінюється робота з урахуванням глибини викладення матеріалу, самостійності виконання та вміння використовувати теоретичні знання на практиці.

Рівень знань слухачами дисципліни за підсумками виконання контрольних робіт оцінюється з огляду на наступні критерії:

1. Повнота та правильність виконання завдання – основний критерій.
2. Здатність слухача диференціювати, інтегрувати та уніфікувати знання.

Контрольна робота з дисципліни «Основи Паблік Рілейшнз» складається з двох теоретичних питань.

Обов'язковими вимогами до теоретичних завдань є:

- висвітлення питання;
- посилання (при запозичені тексту);
- список літератури.

Контрольна робота оцінюється: *"зарахована"*, *"незарахована"*. У разі незарахування контрольної роботи вказуються причини цього. Контрольна робота може бути незарахована у випадках:

- виконано не той варіант контрольної роботи;
- теоретичне завдання виконане з порушенням вимог до нього, в т.ч. стосовно обсягу;
- не виконано або не вірно виконано одне із завдань;

Отримавши незараховану контрольну роботу, слухач зобов'язаний уважно ознайомитися із зауваженнями і внести в роботу відповідні зміни та доповнення, усунути вказані недоліки.

Слухачі, які несвоєчасно направили контрольну роботу без поважних причин, на екзаменаційну сесію не викликаються.

ВИБІР ВАРІАНТУ

Порядковий номер слухача у списку групи визначає варіант завдання (Таблиця №1). Наприклад, номер 12. Варіант 12. За таблицею визначаємо номери питань: питання №22, №55.

Таблиця №1.

		<i>Передостання цифра номеру залікової книжки</i>									
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Остання цифра номеру залікової книжки</i>	0	1,76	2,75	3,74	4,73	5,72	6,71	7,70	8,69	9,68	10,67
	1	11,66	12,65	13,64	14,63	15,62	16,61	17,60	18,59	19,58	20,57
	2	21,56	22,55	23,54	24,53	25,52	26,51	27,50	28,49	29,48	30,47
	3	31,46	32,45	33,44	34,43	35,42	36,41	37,40	38,39	39,1	40,2
	4	41,3	42,4	43,5	44,6	45,7	46,8	47,9	48,10	49,11	50,12
	5	51,13	52,14	53,15	54,16	55,17	56,18	57,19	58,20	59,21	60,22
	6	61,23	62,24	63,25	64,26	65,27	66,28	67,29	68,30	69,31	70,32
	7	71,33	72,34	73,35	74,36	75,37	76,38	10,39	11,40	12,41	13,42
	8	14,43	15,44	16,45	17,46	18,47	19,48	20,49	21,50	22,51	23,52
	9	24,53	25,54	26,55	27,56	28,57	29,58	30,59	31,60	32,61	33,62

ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ ДЛЯ ВИКОНАННЯ

КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

1. Сутність та зміст паблік рілейшнз.
2. Паблік рілейшнз і близька до неї діяльність.
3. Принципи та функції паблік рілейшнз.
4. Підрозділи паблік рілейшнз.
5. Фахівці паблік рілейшнз.
6. Загальні причини становлення і розвитку паблік рілейшнз як науки і сфери діяльності.
7. Зародження основ паблік рілейшнз у США.
8. Перші PR-фірми.
9. Використання паблік рілейшнз державними органами.
10. Глобалізація паблік рілейшнз як професійної системи.
11. Паблік рілейшнз в Україні.
12. Поняття «громадськість», громадськість як соціальне утворення.
13. Групи громадськості та їх типологія.
14. Приоритетні групи громадськості та основні критерії їх визначення.
15. Цільова група громадськості як соціальна спільність.
16. Поняття та сутність громадської думки.
17. Психологічні механізми формування громадської думки.
18. Установки та їх значення. Вплив на установки.
19. Мотивація зміни установки.
20. Основні методи вивчення громадської думки та їхня характеристика.
21. Соціологічне дослідження як основний метод вивчення громадської думки.
22. Поняття «комунікація» та її елементи.
23. Вплив на громадськість: сила переконання, вплив на громадську думку.
24. Поняття «інформування» в паблік рілейшнз. Основні риси інформування.
25. Пропагандистські прийоми та особливості їх використання.
26. Етичні питання паблік рілейшнз.
27. Масові комунікації та ЗМІ.
28. Центр зв'язків з громадськістю, його функції та обов'язки.
29. Організація роботи прес-центру.
30. Вербальні комунікації в паблік рілейшнз: публічний виступ, правила складання текстових матеріалів.
31. Невербальні комунікації в паблік рілейшнз.
32. Паблік рілейшнз і новітні інформаційні технології.
33. Паблік рілейшнз та Інтернет.
34. Конвергенція ЗМІ та Інтернет.
35. Інтернет-представництво і PR.
36. Переваги і недоліки інтернет як PR-технології.
37. Інтернет-конференції як засіб PR.
38. Імідж та його природа.
39. Умови формування іміджу.

40. Паблік рілейшнз – реклама іміджу.
41. Підтримка та корекція іміджу, захист іміджу від зовнішніх впливів.
42. Об'єкти та методи формування іміджу.
43. Психологічні особливості формування іміджу.
44. Імідж в політиці.
45. Типи масових кампаній, їх структура та принципи.
46. Особливості виборчої кампанії.
47. Спеціальні програми виборчої кампанії.
48. Політична реклама засобами PR.
49. Маніпулювання свідомістю як фактор створення громадської думки і стереотипів.
50. “Чорні” та “брудні” PR-технології.
51. Паблік рілейшнз в органах місцевого самоврядування.
52. Заходи паблік рілейшнз у системі державного управління.
53. Сутність і правові основи лобіювання.
54. Методи та прийоми лобіювання.
55. Лобіювання законодавчого процесу.
56. Поняття і сутність антикризового паблік рілейшнз.
57. Принципи антикризового паблік рілейшнз.
58. Прогнозування і планування антикризового паблік рілейшнз.
59. Розподіл обов'язків при реалізації заходів антикризового паблік рілейшнз.
60. PR в умовах кризи.
61. Комунікація в кризових ситуаціях.
62. Комунікативні засоби боротьба з чутками в умовах війни.
63. Інформаційна безпека в умовах війни.
64. Методи комунікацій під час війни.
65. Національна ідентичність, патріотичні цінності та прагнення до незалежності – комунікативні орієнтири громадськості.
66. Патріотичне виховання засобами PR.
67. Визначення поняття «війна» в теорії кризових комунікацій.
68. Війна як масштабна, багатовимірна й затяжна криза.
69. Політичні, соціальні, духовні та психологічні наслідки війни.
70. Національна ідентичність та PR.
71. Поширення патріотичних цінностей засобами PR.
72. Прагнення до незалежності – комунікативний орієнтир української громадськості.
73. Прес-конференції та брифінги як засоби комунікації в умовах війни.
74. Інформаційні війни та майбутнє України.
75. Вимоги до текстів, які поширюються в соціальних мережах в умовах війни.
76. Особливості формування іміджу сучасної України.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основні законодавчі та нормативно-правові акти

1. Конституція України. – К.: Преса України, 1997.
2. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод від 04.11.1950 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_004#Text
3. Закон України «Про свободу совісті та релігійні організації» від 23.04.1991 № 987-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/987-12#Text>
4. Міжнародний пакт про громадянські і політичні права від 16.12.1966 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_043#Text

Базова література

1. Балабанова Л. В., Савельєва К.В. Паблік рилейшнз: навч. посіб. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 528 с.
2. Білоус В.С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності : навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 2005. – 275 с.
3. Вежель Л.М. Основи зв'язків із громадськістю: навчальний посібник. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2011. – 123 с.
4. Зернецька О. В. Нові засоби масової комунікації. – К.: Наукова думка, 1993. – 129 с.
5. Історія зв'язків із громадськістю : конспект лекцій. Укладач Н.С. Подоляка. – Суми: Сумський державний університет, 2016. – 158 с.
6. Климанська Л. Д. Зв'язки з громадськістю: технології прагматичної комунікації: навчальний посібник. – Л.: Вид-во Льв. політехніки, 2015. – 164 с.
7. Королько В.Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 3-тє вид. доп. і перероб. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 831 с.
8. Куліш А.П. Практика PR по-українському: Підручник. – К.: Адеф-Україна, 2005. – 336 с.
9. Курбан, О.В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник. – К.: Кондор, 2016. – 246 с
10. Масова комунікація: підручник [А. З. Москаленко, Л.В. Губерський, В. Ф. Іванов, В. А. Вергун]. – К., 1997. – 370 с.
11. Мелешенко О.К., Чічановський А.А., Шкляр В.І. Інформація, інформаційний. Словник термінів і понять для журналістів і політологів. – Київ: Грамота, 2007. – 214 с.
12. Мойсєєв В. А.Паблік рилейшнз навчальний посібник. – К. : Академвидав, 2008. – 224 с.
13. Морохова В.О., Здрілюк В.Б., Лорві І.Ф. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. – Луцьк: Вежа-Друк, 2016. – 208 с.
14. Полякова О.О. Основи Паблік Рілейшнз: Курс лекцій. – Х.: НУЦЗУ, 2016. – 109 с.

15. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. – К.: Знання, 2000. – 506 с.
16. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування: Моногр. за заг. ред. В.М. Бебика, С.В. Куніцина. – Київ: МАУП, 2003. – 235 с.
17. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів: навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2013. – 202 с.
18. Романовський О.Г., Серета Н.В., Воробйова Є.В. Психологія паблік рилейшнз : навчально-методичний посібник. – Харків : НТУ "ХПІ", – 2015. – 176 с.
19. Сергєєва І.В. Психологія паблік рилейшнз: курс лекцій. – Слов'янськ: вид-во Б.І. Маторіна, 2016. – 102 с.
20. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: навч. посіб. / І. Ю. Слісаренко. – К. : МАУП, 2001. – 104 с.

Допоміжна література

1. Бугрим В. В. Реклама як творчість і бізнес / В. В. Бугрим. – К., 1998. – 160 с.
2. Гантінгтон С. Протистояння цивілізацій та зміна світового порядку / пер. з англ. Н. Климчук. – Львів: Кальварія, 2006. – 474 с.
3. Гьофе О. Справедливість і субсидіарність: виступи в Україні. Пер. з нім. та упорядкув.: Л. Ситніченко. – К.: Альтерпрес, 2004. – 140 с.
4. Єрмоленко А. М. Комунікативна практична філософія: підручник. – К.: Лібра, 1999. – 487 с.
5. Ідея культури: виклики сучасної цивілізації / Є. Бистрицький, С. Пролеєв, Р. Кобець, Р. Зимовець. – К.: Альтерпрес, 2003. – 192 с.
6. Іщенко М. Патріот України у системі цінностей філософії гуманізму і демократії. – Черкаси: ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2021. – 188 с.
7. Йонас Г. Принцип відповідальності: У пошуках етики для технологічної цивілізації [Пер. з нім. А. Єрмоленко, В. Єрмоленко]. – К.: Лібра, 2001. – 400 с.
8. Кастельс М. Інтернет галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. – К.: Ваклер, 2007. – 304 с.
9. Мак-Люен М. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги. – К.: Ніка-Центр, 2001. – 464 с.
10. Почепцов Г. Іміджеологія. – К. : Рефл-бук-Ваклер, 2000. – 768 с.
11. Тейлор Ч. Мультикультуралізм і "Політика визнання" / ком. : Е. Гутман (ред), С. Вольф [та ін.]. – К.: Альтерпрес, 2004. – 172 с.
12. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю: навч. посіб. / Є. Б. Тихомирова. – К. : НМЦВО, 2001. – 560 с.
13. Тоффлер Е. Третя Хвиля / пер. з англ. А. Євса. – К.: Вид. дім «Всесвіт», 2000. – 480 с.
14. Фукуяма Ф. Ідентичність. Потреба в гідності й політика скривдженості. – К.: Наш формат, 2020. – 192 с.
15. Caywood С. The Handbook of Strategic Public Relations and Integrated Communications / С. Caywood. – NY. : McGraw-Hill, 2002. – 570 p.

16. Jefkins F. Public Relations / F. Jefkins. – London: Pitman, 1994. – 340 p.
17. Ronnerberg F. Theorie der Public Relations. Ein Entwurf / F. Ronnerberg, M. Ruhl. – Opladen: Westdeutscher Verlag, 1992. – 359 p.
18. Seitel F. P. The Practice of Public Relations / F. P. Seitel. – Englewoods Cliffs: Prentice Hall, 2001. – 552 p.
19. Wilcox D. L. Public Relations Writing and Media Techniques / D. L. Wilcox, L. W. Nolte. – N.Y. : Harper Collins, 1995. – 514 p.
20. Wragg D. W. The Public Relations Handbook / D. W. Wragg. – Oxford: Blackwell Business, 1992. – 354 p.

Інформаційні ресурси

1. <http://www.president.gov.ua/> – Офіційне представництво Президента України
2. <http://www.rada.gov.ua/> – Офіційний портал Верховної Ради України
3. <http://www.niss.gov.ua/> – Національний інститут стратегічних досліджень
4. <https://www.jstor.org/> Популярний електронний архів JSTOR включає в себе архіви провідних світових журналів з соціології, політології, права, освіти, статистики, історії, екології, філософії, економіки та ін. (англ.)
5. <http://www.useps.org/> – Офіційний сайт українського центру економічних та політичних досліджень ім. Разумкова
6. <http://dialogs.org.ua/ua/> – «Діалог.UA» – інформаційний ресурс, що орієнтований на суспільний діалог з проблем стратегії розвитку України

ТИТУЛЬНИЙ АРКУШ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

**ЧЕРКАСЬКИЙ ІНСТИТУТ ПОЖЕЖНОЇ БЕЗПЕКИ
ІМЕНІ ГЕРОЇВ ЧОРНОБИЛЯ**

НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

Кафедра соціально-гуманітарних дисциплін

**КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з «Основи Паблік Рілейшнз»
(назва дисципліни)**

**Слухача 2 курсу
другим (магістерським) рівнем
вищої освіти
Іваненко Р.В.**

ЗРАЗКИ ОФОРМЛЕННЯ ДЕЯКИХ ВИДІВ БІБЛІОГРАФІЧНИХ ОПИСІВ**1. Опис навчального посібника, підручника:**

Філософія: підручник для студентів і курсантів вищих закладів освіти III-IV рівнів акредитації / за ред. О. Рябініної, Л. Юрченко. Х.: Видавництво Іванченка, 2021. 286 с.

2. Опис статті з журналу, газети:

Тейлор Ч. Атомізм // Лібералізм. Антологія. К., 2002. С.235-255.

3. Опис державних документів:

Про освіту : Закон України від 5 вересня 2017 р. №2145-VIII. URL:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text> (дата звернення: 18.03.2023)

4. Опис тез наукових конференцій:

Ковальчук М. До витоків модерної теорії природного права та суспільної угоди: Гуго Гроцій // Гуманітарний дискурс суспільних проблем: минуле, сучасне, майбутнє: Матеріали Всеукраїнської наукової конференції з міжнародною участю. 20 квітня 2023 року, м. Черкаси. Черкаси: ЧПБ імені Героїв Чорнобиля НУЦЗ України, 2023. С. 69-71.

5. Опис періодичного видання:

Усов Д. В. Дискурс «суспільної угоди»: до джерел сучасного контрактуалізму // Практична філософія. Науковий журнал. К., 2020. №2. С. 190-196.

6. Опис словників:

Філософський словник соціальних термінів / Під ред. В. Андрущенко. К., 2020. 672 с.

7. Опис авторефератів дисертацій:

Чайка Я.М. Трансдисциплінарність як умова розв'язання складних комплексних проблем (філософсько-методологічний аспект): Автореф. дис. канд. філос. наук: 09.00.02 – діалектика і методологія пізнання / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2021. 24 с.

(за складом елементів бібліографічного запису)

За місцем розташування в документі розрізняють такі бібліографічні посилання: • Внутрішньотекстові • Підрядкові • Позатекстові За повторністю наведення посилань на один і той самий об'єкт розрізняють первинне та повторюване бібліографічне посилання: • Первинне • Повторне

Внутрішньотекстове бібліографічне посилання • застосовують, якщо значну частину відомостей про об'єкт посилання внесено до тексту документа. • використовують для зручнішого читання тексту, та заощадження місця у невеликих за обсягом документах. • розміщують безпосередньо в тексті документа у круглих дужках. • знак «крапка й тире» («. –») замінюють знаком «крапка». • може бути у повній або короткій формі (якщо частину відомостей про джерело цитування подано в тексті). Рекомендовано складати в короткій формі.

Підрядкове бібліографічне посилання • використовують за умов, якщо всередині тексту документа його розмістити неможливо або небажано, щоб не переобтяжувати текст. • розміщують як примітку в нижній частині сторінки, відмежовуючи від основного тексту горизонтальною рисою. • пов'язують із текстом документа за допомогою знаків виноски, які подають на верхній лінії шрифту після відповідного фрагмента в тексті та перед підрядковим посиланням. • знаки виноски відокремлюють від тексту проміжком. • можна застосовувати наскрізне нумерування в межах усього документа чи в межах його окремої глави (розділу, частини тощо). • можна наводити у повній або короткій формі. Коротку форму застосовують, якщо частину відомостей про джерело цитування подано в тексті. Повна форма – Петрик О. І. Шлях до цінової стабільності: світовий досвід і перспективи для України : монографія / відп. ред. В. М. Геєць. Київ: УБС НБУ, 2008. С. 302-310. Коротка форма – Петрик О. І. Шлях до цінової стабільності: світовий досвід і перспективи для України. Київ, 2008. С. 302-310.

Внутрішньотекстове та підрядкове бібліографічне посилання може містити такі елементи: • – заголовок бібліографічного запису (ім'я автора); • – основну назву документа; • – відомості, що належать до назви (для підрядкового посилання); • – відомості про відповідальність (містять інформацію про осіб і/або організації, які брали участь у створенні документа); • – відомості про повторність видання (містять інформацію про зміни й особливості цього видання відносно попереднього); • – вихідні дані (містять відомості про місце видання (випуску), видавця та рік випуску документа); • – позначення та порядковий номер тому, номера чи випуску документа, якщо є посилання на твір або публікації з багаточастинного (багатотомного чи серіального) документа; • – відомості про обсяг (кількість сторінок) документа (у разі посилання на нього загалом); • – назву документа (журналу, збірника, газети тощо), в якому опубліковано об'єкт посилання (наприклад, статтю); • – відомості про місцезнаходження об'єкта посилання – номер сторінки в документі (у разі посилання на його частину); • – примітки (у посиланні на електронний ресурс, депоновану наукову роботу тощо).

У підрядковому бібліографічному посиланні на електронний ресурс віддаленого доступу за наявності в тексті бібліографічних відомостей, що його ідентифікують, дозволено зазначати тільки електронну адресу, використовуючи замість слів «Режим доступу» аббревіатуру «URI» або «URL» Приклад : У тексті: Маніфест ІФЛА про Internet : прийнято Сесією Ради ІФЛА 23 серпня 2002 р. / пер. з англ. В.С. Пашкова. У підрядковому посиланні: URL: <http://archive.ifla.org/III/misc/im-ua.pdf>. (дата звернення: 15.09.2024).