



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Паблік рілейшнз»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Освітня програма «Маркетинг»

Рік навчання: 4, семестр: 8

Форма навчання: денна

Кількість кредитів ЄКТС: 4

Мова викладання: українська

Лектори курсу

Буряк Руслан Іванович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі,
Гераймович Віолета Леонтіївна кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі

Контактна інформація лектора (e-mail)

e-mail: ruslan1212@ukr.net; vita_violeta@ukr.net

Сторінка курсу в eLearn

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2196>

Опис дисципліни

Навчальна дисципліна «Паблік рілейшнз» забезпечує засвоєння теоретичних знань та формування практичних навиків щодо формування громадської думки та управління нею за допомогою використання сучасних систем масової комунікації та заходів масової інформації–преси, радіо, телебачення, зв'язку а також безпосередніх контактів з громадськістю, з цільовою аудиторією, партнерами, споживачами, клієнтами.

Основні завдання навчальної дисципліни «Паблік рілейшнз»: забезпечення виробки науково обґрунтованої інформаційної політики її стратегії і тактики; ретельне вивчення цільової аудиторії, партнерів, клієнтів та споживачів; аналіз конкретних ситуацій при формуванні і здійсненні маркетингової діяльності; вивчення, аналіз, формування та оцінка громадської думки, настроїв і реакції населення на діяльність та інформацію фірми (організації); підготовка масиву аналітичних даних для прийняття рішень; організація і проведення активних акцій, ПР – компаній, ділових зустріч, конференцій, виставок, презентацій з використанням засобів масової інформації; продукування і тиражування інформації при виконанні інформаційної та пропагандистської – рекламної роботи; здійснення консалтингу з питань організації та налагодженню відносин з громадськістю (цільовою аудиторією); розробка концептуальних моделей співробітництва та соціального партнерства, програм, акцій і компаній зв'язків з громадськістю. Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з двох навчальних модулів, а саме:

- навчального модуля № 1 «Сутність, історичні етапи розвитку паблік рілейшнз. Формування громадської думки».

- навчального модуля № 2 «Управління процесом паблік рілейшнз».

Кожен з модулів є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчального плану, засвоєння якого передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

Структура курсу

Тема	Години (лекції/ практичні)	Результати навчання	Завдання	Оціню- вання
1	2	3	4	
Модуль № 1 «Сутність, історичні етапи розвитку паблік рілейшнз. Формування громадської думки»				
1. Теоретичні аспекти паблік рілейшнз	2	Знати теорію «Паблік рілейшнз» як елемента маркетингової комунікативної політики. Розуміти місце паблік рілейшнз у буденному житті. Визначати предмет, ,аміри і цілі паблік рілейшнз. Знати Паблік рілейшнз і споріднені з ним діяльності: посередництво, пабліситі, реклама, маркетинг, торгівля, пропаганда, державні служби у справах громадськості. Принципи і функції паблік рілейшнз. Кодекс професійної поведінки. Вимоги до особистих якостей фахівця з паблік рілейшнз	Питання, тести, ситуаційні завдання	20
2. Історичні етапи еволюції паблік рілейшнз	2	Знати передумови зародження принципів паблік рілейшнз, зародження основ професії паблік рілейшнз, Інституціоналізацію паблік рілейшнз в США, Зародження професійних структур паблік рілейшнз. Розуміти Особистості в паблік рілейшнз, Загальні причини становлення і розвитку паблік рілейшнз в США, Глобалізацію паблік рілейшнз як професійної системи, Стан паблік рілейшнз в Україні. Вміти Формувати відділ паблік рілейшнз у власній організації	Питання, тести, ситуаційні завдання	20
3. Громадськість та громадська думка в сфері паблік рілейшнз	2/6	Розуміти поняття «громадськості». типологію груп громадськості. Визначати цільові групи громадськості, пріоритетні групи громадськості. Знати та вивчати шляхи особливості громадськості та її думку, сутність громадської думки. Розуміти Установку і громадську думку. Вміти Д-дослідити громадську думку, їх мету та завдання. Володіти різними типами досліджень громадської думки: маркетингові дослідження, ринкові дослідження, соціологічні дослідження. Використовувати Методологію збору інформації в процесі дослідження громадської думки. Розробляти перелік запитань для збору інформації. Розуміти вимоги до розроблених запитань та методи обробки зібраної інформації.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в Elearn	40
Тест до модуля 1				20

Разом за змістовим модулем 1				100
Модуль № 2 «Управління процесом паблік рілейшнз»				
4. Взаємозв'язок паблік рілейшнз із ЗМІ	2/10	Вивчити та знати процес комунікації та його елементи, зв'язки із засобами масової інформації, характер відносин з пресою, організація інформаційної служби. Розуміти функції прес-аташе, особливість надання новин і інформації та підготовку прес-релізів, правила підготовки прес-релізів. Застосовувати знання з ораторського мистецтва. Знати характеристики відносин з радіо та телебаченням, прес-конференції, телеконференції, симпозиум, ділові прийоми та прийоми гостей, виставки та ярмарки, громадських виступів, та розуміти питання етики паблік рілейшнз	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в Elearn	30
5. Управління процесом паблік рілейшнз	2/8	Знати теорію управління паблік рілейшнз, складові процесу управління, визначення проблем паблік рілейшнз, планування і програмування. Вміти дати оцінку програми, формувати "іміджу", його природу і "анатомію". Знати Паблік рілейшнз в кризових ситуаціях, типи криз та управління проблемами з метою запобігання кризовим ситуаціям.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в Elearn	30
6. Паблік рілейшнз в дії	2	Знати поняття та сутність лобіювання, правові засади лобізму, зміст роботи лобістів. зв'язок із державними органами та урядом, завдання паблік рілейшнз в промисловості, паблік рілейшнз і фінанси, паблік рілейшнз і маркетинг. Розуміти особливості роботи служби Паблік рілейшнз в середині підприємства та зв'язки з іншими підприємствами (компаніями), роль паблік рілейшнз у виборчій кампанії, загальні принципи організації виборчої кампанії	Питання, тести, ситуаційні та розрахункові завдання	20
Тест до модуля 2				20
Разом за змістовим модулем 2				100
Всього за навчальну роботу		$0,7 \cdot (R_{ЗМ1} + R_{ЗМ2})$ $R_{НР} = \frac{\quad}{2}$		70
Підсумкова атестація (екзамен)				30
Всього за курс		$R_{ДИС} = R_{НР} + R_{АТ}$		100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу викладачів, які забезпечують курс за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
<i>Політика щодо академічної доброчесності:</i>	Списування (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних робіт та екзаменів заборонені. Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача під час онлайн-тестування та підготовки практичних завдань. Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.
<i>Політика щодо відвідування:</i>	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально в дистанційному режимі (у онлайн формі за погодженням із деканом факультету і лектором курсу).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно