



## СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Паблік рілейшнз»

**Ступінь вищої освіти - Бакалавр**  
**Спеціальність: 075 «Маркетинг»**  
**Освітньо-професійна 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

### Контактна інформація лектора (e-mail)

**e-mail:** [ruslan1212@ukr.net](mailto:ruslan1212@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 обгрунтованої 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	
<b>Модуль № 1 «Сутність, історичні етапи розвитку паблік рілейшнз. Формування громадської думки»</b>				
1. Теоретичні аспекти паблік рілейшнз	2	Паблік рілейшнз як елемент маркетингової комунікативної політики. Місце паблік рілейшнз у буденному житті. Визначення предмету. Наміри і цілі паблік рілейшнз. Паблік рілейшнз і споріднена з ним діяльність: 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	Передумови зародження принципів паблік рілейшнз. Зародження основ професії паблік рілейшнз. Інституціоналізація паблік рілейшнз в США. Зародження професійних структур паблік рілейшнз. Незалежні консультаційні служби. Особистості в паблік рілейшнз. Загальні причини становлення і розвитку паблік рілейшнз в США. Глобалізація паблік рілейшнз як професійної системи. Стан паблік рілейшнз в Україні. Формування відділу паблік рілейшнз у власній організації	Питання, тести, ситуаційні завдання	25
3. Громадськість та громадська думка в сфері паблік рілейшнз	2/6	Поняття громадськості. Типологія груп громадськості. Визначення цільових груп громадськості. Пріоритетні групи громадськості. Громадськість та її думка. Сутність громадської думки. Установа і громадська думка. Дослідження громадської думки, їх мета та завдання. Види та типи досліджень громадської думки: маркетингові дослідження, ринкові дослідження, соціологічні дослідження. Методологія збору інформації в процесі дослідження громадської думки. Розробка переліку запитань для збору інформації. Вимоги до розроблених запитань. Методи обробки зібраної інформації.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в Elearn	25
<b>Тест до модуля 1</b>				30
<b>Разом за змістовим</b>				100

модулем 1				
<b>Модуль № 2 «Управління процесом паблік рілейшнз»</b>				
4. Взаємозв'язок паблік рілейшнз із ЗМІ	2/10	Процес комунікації та його елементи. Зв'язки із засобами масової інформації. Характер відносин з пресою. Організація інформаційної служби. Функції прес-аташе. Надання новин і інформації. Підготовка прес-релізів. Правила підготовки прес-релізів. Ораторське мистецтво. Відносини з радіо та телебаченням. Прес-конференції, телеконференції, симпозіуми. Ділові прийоми та прийоми гостей. Виставки та ярмарки. Громадські виступи. Питання етики паблік рілейшнз	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в Elearn	20
5. Управління процесом паблік рілейшнз	2/8	Теорія управління паблік рілейшнз. Складові процесу управління. Визначення проблем паблік рілейшнз. Планування і програмування. Дія і комунікація. Оцінка програми. Формування "іміджу", його природа і "анатомія". Внутрішня громадськість та імідж організації. ПР-реклама іміджу. Паблік рілейшнз в кризових ситуаціях. Типи криз. Управління проблемами з метою запобігання кризовим ситуаціям. Управління в умовах кризи.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в Elearn	25
6. Паблік рілейшнз в дії	2	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. Робота служби Паблік рілейшнз в середині підприємства. Зв'язки з іншими підприємствами (компаніями). Роль паблік рілейшнз у виборчій кампанії. Загальні принципи організації виборчої кампанії	Питання, тести, ситуаційні та розрахункові завдання	25
<b>Тест до модуля 2</b>				<b>30</b>
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>				<b>100</b>
<b>Всього за навчальну роботу</b>		$0,7 \cdot (R_{зм1} + R_{зм2})$ $R_{НР} = \frac{\dots}{2}$		<b>70</b>
<b>Підсумкова атестація (екзамен)</b>				<b>30</b>
<b>Всього за курс</b>		$R_{дис} = R_{НР} + R_{ат}$		<b>100</b>

## ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<b><i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i></b>	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).
<b><i>Політика щодо академічної доброчесності:</i></b>	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.
<b><i>Політика щодо відвідування:</i></b>	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

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