

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Інститут післядипломної освіти та довузівської підготовки

Кафедра управління та бізнес адміністрування

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

PR-менеджмент і комунікації

Освітня програма Управління навчальним закладом

Спеціальність 073 Менеджмент

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від 29 серпня 2019 р.

м. Івано-Франківськ - 2019

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	PR-менеджмент і комунікації
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Викладач (-і)	к.е.н. Гой Н.В.
Контактний телефон викладача	+38(0501046809)
Е-mail викладача	natalygoy22@gmail.com
Формат дисципліни	заочний
Обсяг дисципліни	3 кредити ECTS
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua
Консультації	Очні консультації: згідно розкладу консультацій
2. Анотація до курсу	
<p>Для успішного функціонування підприємства в ринкових умовах одним із найважливіших завдань є формування його позитивного іміджу серед громадськості, тобто спільноти людей, об'єднаних визначеними характеристиками, з якими підприємству необхідно співпрацювати для досягнення окреслених цілей. Це середовище формують споживачі, працівники підприємств-партнерів, організацій виконавчої влади та урядових структур, працівники окремої організації.</p> <p>Паблік рилейшнз є складовою стратегії менеджменту й виконує важливу управлінську функцію. Розроблення стратегій паблік рилейшнз передусім підпорядковане досягненню головної мети – гармонізації інтересів підприємства з інтересами тих, від кого залежить його розвиток. Головним завданням фахівців цієї сфери є не виробництво кінцевої продукції підприємства, а забезпечення успіху загальної політики ділової активності компанії. Громадська думка щодо певної організації, сформована в результаті дії фахівців з паблік рилейшнз, такою самою мірою впливає на її успіх, як й рівень модернізації технологічного устаткування, професіоналізм виробничого персоналу, питання ноу-хау, фінансове забезпечення, робота маркетингових служб та інших лінійних підрозділів.</p> <p>Саме тому особливої ваги набувають фахівці з паблік рилейшнз, що досконало володіють організаційними процесами, які здатні правильно розуміти власну роль у розвитку організації, оцінювати межі повноважень та ефективно й раціонально приймати рішення.</p>	
3. Мета та цілі курсу	
<p>Мета вивчення курсу полягає у формуванні у студентів теоретичних знань і практичних навичок щодо проблем методології PR-менеджменту і комунікації. Основна увага приділяється формуванню у майбутніх спеціалістів теоретичних знань і практичних навичок у сфері PR-менеджменту і комунікації, забезпечення успішного засвоєння студентами професійних принципів PR-менеджера, розвитку у студентів самостійного логічного мислення стосовно управління основними процесами в організаціях та їх взаємодії із зовнішнім оточенням.</p> <p>Завдання дисципліни полягає в вивченні сутності основних понять і категорій PR-менеджменту і комунікацій; ознайомленні з базовими категоріями курсу, сутністю й змістом PR-менеджменту, його місцем у діяльності підприємства, розумінням основних комунікативних процесів, набуття практичних навичок з питань технологій зв'язків з громадськістю.</p> <p>Результати навчання:</p> <ul style="list-style-type: none"> - володіти інструментами стратегічного планування в PR-менеджменті; - аналізувати комунікаційні процеси; - вміти аналізувати PR-інформацію конкурентів; - формувати окремі елементи загальної PR-стратегії організації; - визначати PR-способи впливу на громадську думку; - формувати PR-матеріали організації (прес-релізи, статті, інтерв'ю, промови, 	

презентації);

- застосовувати на практиці інформаційну модель як підсумковий документ в PR-менеджменті.

4. Результати навчання (компетентності)

Здатність використовувати базові знання й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.

Здатність застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій.

Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів.

Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани.

Здатність до саморозвитку, навчання впродовж життя та ефективного самоменеджменту.

Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації.

Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

Здатність формувати лідерські якості та демонструвати їх в процесі управління людьми.

Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість.

Здатність використовувати психологічні технології роботи з персоналом.

Знання особливостей управління фінансовою та інвестиційною діяльністю суб'єктів господарювання.

Уміння здійснювати планування та розробку стратегій економічного і соціального розвитку.

Уміння спілкуватись з використанням професійної термінології, включаючи усну та письмову комунікацію українською мовою.

Уміння креативно, творчо, продуктивно мислити.

5. Організація навчання курсу

Обсяг курсу - 90 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	6
практичні	4
самостійна робота	80

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
III	073 Менеджмент	другий	Обов'язковий

Тематика курсу

Тема, план	Форма заняття	Літерату ра	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
Тема 1. Сутність та зміст Public Relations-менеджменту та комунікації. Сутність та зміст Public Relations. Визначення пр. Історія становлення Public Relations. Пр на сучасному етапі: світовий та український досвід. Стан паблік рілейшнз в Україні. Міждисциплінарний характер пр: зв'язки з громадськістю та соціологія, журналістика, філологія, маркетинг.	Лекція, практичне заняття	[1,4,7]	Опрацюва ти лекційний матеріал, підготува тися до практично го заняття	10 балів	До наступного заняття за розкладом

<p>Тема 2. Особливості Public Relations-менеджменту та комунікацій. Відмінності pr та реклами, пропаганди, маніпулювання. Сутність «Чорного pr» та його відмінності від цивілізованих зв'язків з громадськістю. Громадськість як цільова аудиторія Public Relations. Pr як специфічний вид комунікації. Розвиток науки управління.</p>	<p>Лекція, практичне заняття</p>	<p>[1,2,3,6]</p>	<p>Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття</p>	<p>20 балів</p>	<p>До наступного заняття за розкладом</p>
<p>Тема 3. Особливості професійної управлінської діяльності в галузі Public Relations. Професійні якості спеціаліста в галузі Public Relations. Спеціальні заходи для ЗМІ: задачі та функції. Event Management як складова pr-активності. Комунікації в Public Relations-менеджменті. Суть та етапи процесу комунікації. Міжособові і організаційні комунікації. Управління комунікаційними процесами.</p>	<p>Лекція, практичне заняття</p>	<p>[3,4,5,6]</p>	<p>Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття, розв'язати задачі</p>	<p>20 балів</p>	<p>До наступного заняття за розкладом</p>
<p>Підсумкове заняття</p>	<p>Підсумкова робота</p>			<p>50</p>	

6. Система оцінювання курсу

<p>Загальна система оцінювання курсу</p>	<p>100 бальна 50 протягом семестру 50 на залік</p> <p>Зараховано-“відмінно” – студент демонструє повні і глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь та навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, наводить повний обґрунтований розв'язок прикладів та задач, аналізує причинно-наслідкові зв'язки; вільно володіє науковими термінами;</p> <p>Зараховано-“добре” – студент демонструє повні знання навчального матеріалу, але допускає незначні пропуски фактичного матеріалу, вміє застосувати його до розв'язання конкретних прикладів та задач, у деяких випадках нечітко формулює загалом правильні відповіді, допускає окремі несуттєві помилки та неточності розв'язках;</p> <p>Зараховано-“задовільно” – студент володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно й логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, не завжди вміє правильно застосувати набуті знання до розв'язання конкретних прикладів та задач, нечітко, а інколи й невірно формулює основні твердження та причинно-наслідкові зв'язки;</p> <p>Незараховано – студент не володіє достатнім рівнем необхідних знань, умінь, навичок, науковими термінами.</p>
<p>Практичні заняття</p>	<p>Практичне заняття проводиться з метою формування у студентів умінь і навичок з предмету, вирішення сформульованих завдань, їх перевірка та</p>

	оцінювання. За метою і структурою практичні заняття є ланцюжком, який пов'язує теоретичне навчання і навчальну практику з дисципліни, а також передбачає попередній контроль знань студентів. Оцінка за практичне заняття враховується при виставленні підсумкової оцінки з дисципліни
7. Політика курсу	
<p>- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);</p> <p>- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;</p> <p>- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації».</p> <p>Засвоєння пропущеної теми лекції з поважної причини перевіряється під час складання підсумкового контролю. Пропуск лекції з неповажної причини відпрацьовується студентом відповідно вимог кафедри, що встановлені на засіданні кафедри (співбесіда, реферат тощо).</p> <p>Пропущені практичні, семінарські та лабораторні заняття, незалежно від причини пропуску, студент відпрацьовує згідно з графіком консультацій Поточні „2”, отримані студентом під час засвоєння відповідної теми на практичному, семінарському та лабораторному занятті перескладаються викладачеві, який веде заняття до складання підсумкового контролю з обов'язковою відміткою у журналі обліку роботи академічних груп.</p>	
8. Рекомендована література	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Альошина І.В. Паблік рілейшнз для менеджерів: підручник. М.: ІКФ «ЕКМОС», 2003. 480 с. 2. Катліп С. Паблік рілейшнз. Теорія і практика. М.: Вільямс, 2003. 624 с. 3. Моїсеєв В.А. Паблік рілейшнз: Теорія і практика. М.: Омега-Л, 2001. 170 с. 4. Слісаренко, І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посібник. К. : МАУП, 2001. 104 с. 5. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : навч. посіб. К. : “Центр учбової літератури”, 2013. 202 с. 6. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю : навч. посіб. К. : НМЦВО, 2001. 560 с. 7. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях : навч. посіб. К. : Кондор-Видавництво, 2014. 246 с. 8. Романовський О. Г., Серета Н. В., Воробйова Є. В. Основи паблік рилейшнз : навчально-методичний посібник. Харків : НТУ “ХПІ”, 2015. 176 с. 9. Шевченко О. В., Яковець А. В. PR: теорія і практика : підручник. К. : Бізнесполіграф, 2011. 464 с. 10. Маркіна І.А. Менеджмент організацій : навч. посібник.. К. : Центр учб. л-ри, 2013. 248 с. 	

Викладач _____

Гой Н.В.