

**Силабус навчальної дисципліни
«PR- технології в бізнесі»**

Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки

Спеціальність: 051 Економіка

Освітня програма: Економіка

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Курс: 4

Семестр: 7

| | |
|--|--|
| Факультет | Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти |
| Кафедра | Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом |
| Викладач(-і) | ПІБ: Гуменюк Алла Валеріївна Посада: доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом E-mail: gumenyuk.a@udpu.edu.ua |
| Лінк на освітній контент дисципліни | https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=7013 |
| Статус дисципліни | Навчальна дисципліна вибіркового компонента |
| Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години | 3/90 |
| Обсяг дисципліни (години) та види занять | Денна форма: лекції (20 год.), семінарські (24 год.), самостійна робота (46 год.) Заочна форма: лекції (6 год.), семінарські (6 год.), самостійна робота (78 год.) |
| Політика дисципліни | Академічна доброчесність. Академічна доброчесність передбачає виконання і дотримання положень й понять передбачених ст. 42 «Академічна доброчесність» ЗУ «Про освіту» та відповідних вимог ЗУ «Про вищу освіту». Зокрема відповідно п.2 ч.3 ст.32 ЗУ «Про вищу освіту» керуємося Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини, затвердженого на засіданні вченої ради університету протоколом №4 від 28.11.2017 (URL: https://udpu.edu.ua/documents/doc/Якість_освіти/Академічна_доброчесність/Кодекс_академічної_доброчесності/Кодекс_академічної_доброчесності.pdf). Відвідування занять. Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі вищої освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. Креативна ініціатива здобувача вищої освіти. Здобувачі вищої освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення. |
| Що будемо вивчати? | Роль PR в сучасному світі; напрямки використання зв'язків з громадськістю в усіх сферах суспільного життя; місце PR-відділу у функціональній структурі організації; принципи побудови служби PR; принципи визначення пріоритетних груп громадськості; специфіку громадської думки в сфері PR ; складові кампанії зі зв'язків з громадськістю основи відносин із засобами масової комунікації, міжнародними інформаційними агенціями; специфіку подієвих комунікацій в системі PR; поняття «імідж» і «репутація»; методи PR-впливу на громадськість; специфіку PR в умовах кризової ситуації; основи етичної поведінки PR-спеціаліста. |
| Чому це треба вивчати? | Самостійна робота з законодавчими матеріалами, додатковою літературою, розвиток вміння студентів свідомо оцінювати конкретні ситуації, прагненню до набуття та збагачення знань; формувати у студентів економічне мислення, навички самостійної роботи з законодавчими матеріалами, додатковою літературою, розвивати вміння свідомо оцінювати конкретні ситуації, прагнення до набуття та збагачення знань. |

| | |
|--|--|
| Яких результатів можна досягнути? | Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати. Використовувати інформаційні та комунікаційні технології для вирішення соціально-економічних завдань, підготовки та представлення аналітичних звітів. Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів. |
| Як можна використати набуті знання та уміння? | Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій Навички міжособистісної взаємодії. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в одній або декількох професійних сферах з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків. |
| Зміст дисципліни | Сучасна концепція PR у бізнесі PR у системі управління ринковою діяльністю підприємства PR-технології у системі управління підприємством Маркетингові дослідження у бізнесі PR Засоби PR у бізнесі Методи та технології PR Моделювання процесу комунікативного впливу PR на економічну поведінку ринкових суб'єктів Іміджологія у бізнесі PR PR у кризових комунікаціях |
| Обов'язкові завдання | Надати студентам знання про теоретичні та прикладні аспекти технологій зв'язків; системний характер PR-технологій; типології PR- комунікацій; зарубіжний та вітчизняний досвід використання PR-технологій для формування та підвищення позитивного іміджу суб'єкта комунікацій; визначення основних напрямків і каналів здійснення комунікацій; застосування сучасних PR-технологій у практичній діяльності; вибору напрямів і тем наукових досліджень в системі зв'язків з громадськістю, зокрема в міжнародних PR. |
| Міждисциплінарні зв'язки | Менеджмент, Маркетинг. |
| Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.) | 1. Паблік рилейшнз [Текст]: навч.-метод посіб. / МОН України ; Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; уклад. Гарматюк О. В. ; [рец.: Божкова В. К., Хлівна І. В., Подзігун С. М.]. Умань : Візаві, 2019. 248 с. 2. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз [Текст]: навчальний посібник. Київ : Знання, 2000. 506 с. (Вища освіта України). ISBN 966-620-022-8 |
| Поточний контроль | Виконання завдань семінарських і модульних контрольних робіт, ІНДЗ |
| Підсумковий контроль | Залік |

Розробник



(Гуменюк А.В.)