Силабус навчальної дисципліни
«Паблік рілейшнз»

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=7307
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	Політика курсу спрямована на створення доброзичливої атмосфери на занятті, активної комунікації у групі. **Академічна доброчесність.** Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. **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?	Умови виникнення, становлення й розвитку паблік рілейшнз як науки та мистецтва, її предмет, об'єкт і основні категорії, особливості засобів його функціонування, складові, напрями, форми діяльності паблік рілейшнз, канали поширення та методологія збору інформації для успішного функціонування PR-структур.
Чому це треба вивчати?	Формування і розвиток у здобувачів особистісних якостей та формування загальнокультурних (універсальних) компетенцій у вигляді системи знань про теоретичні засади та практичні навички у сфері паблік рілейшнз для використання у професійній діяльності.
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	Предмет, об'єкт і основні категорії паблік рілейшнз як науки та управлінської діяльності. Загальна характеристика системи зв'язків з громадськістю (ЗЗГ, PUBLIC RELATIONS). Організація роботи в паблік рілейшнз. Особливості планування ПР-кампаній. Інформаційний привід – основа підготовки документів для роботи з ЗМІ.Інші засоби взаємодії підприємства та ЗМІ. Комунікативні технології в ПР. Ефективність ПР-кампаній. Псевдотехнології ПР та протидія ним.
Обов'язкові завдання	Опанування методологічного апарату організації паблік рілейшнз, набуття здатності до творчого пошуку напрямків удосконалення діяльності у сфері паблік рілейшнз.
Міждисциплінарні зв'язки	Комунікативний 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. 2. Мойсеєв В. А. Паблік рілейшнз [Текст] : навчальний посібник. – Київ : Академвидав, 2007. – 223 с. 3. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз [Текст] : навчальний посібник. – Київ : Знання, 2000. – 506 с. 4. Маркетингові комунікації [Текст] : навчально-методичний посіб. / уклад. Король Інна Володимирівна ; [рец. Пенькова О. Г., Чирва О. Г.]. – Умань : Візаві, 2017. – 151 с.
Поточний контроль	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – *види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни*.
Підсумковий контроль	Залік. Порядок та організація контролю знань здобувачів вищої освіти, зокремаумови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 8 Положення про порядок організації освітнього процесу Уманськогодержавного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Розробник (Гуменюк А.В.)