

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

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Менеджмент

Освітня програма: Менеджмент

Рівень вищої освіти: перший рівень вищої освіти

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://udpu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy/849
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компоненту
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	3/90
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (24 год.), практичні (22 год.), самостійна робота (44год.) Заочна форма: лекції (6год.), практичні (6год.), самостійна робота (78год.)
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?	Теоретичні та прикладні аспекти технологій зв'язків; системний характер PR-технологій в менеджменті; типології PR-комунікацій; зарубіжний та вітчизняний досвід використання PR-технологій для формування та підвищення позитивного іміджу суб'єкта комунікації; визначення основних напрямків і каналів здійснення комунікацій; застосування сучасних PR-технологій у практичній діяльності
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 PR-технологій для використання у професійній діяльності.
Яких результатів можна досягнути?	Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації

Як можна використати набуті знання та уміння?	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту, Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління
Зміст дисципліни	Сучасна концепція PR у менеджменті Паблік рилейшнз у системі управління ринковою діяльністю Паблік рилейшнз технології у системі управління підприємством діяльністю підприємства Маркетингові дослідження у бізнесі PR Засоби PR у менеджменті Методи та технології PR Моделювання процесу комунікативного впливу PR на економічну поведінку ринкових суб'єктів Іміджелогія у бізнес паблік рилейшнз PR у кризових комунікаціях
Обов'язкові завдання	Планується виконання здобувачами вищої освіти обов'язкових та додаткових декількох видів завдань: підготовка доповідей за заданою проблематикою дисципліни, поглибленого опрацювання окремих лекційних тем або питань; підготовка до поточного контролю знань, що полягає в опрацюванні контрольних запитань, питань для самодіагностики, самостійному опрацюванні теоретичного матеріалу за зазначеною тематикою; систематизація вивченого матеріалу для підготовки до заліку.
Міждисциплінарні зв'язки	Паблік рилейшнз, PR-менеджмент, PR-технології в бізнесі
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	1. Паблік рилейшнз: 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. Мойсеев В. А. Паблік рилейшнз : навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2007. 223 с. 3. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. Київ : Знання, 2000. 506 с. 4. Маркетингові комунікації : 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 – <i>види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни</i>
Підсумковий контроль	Залік. Порядок та організація контролю знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Розробник



Гуменюк Алла Валеріївна