Силабус навчальної дисципліни
«PR- технології »

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування
Спеціальність: 075 Маркетинг
Освітня програма: Маркетинг
Рівень вищої освіти: другий (магістерський)
Курс: 1
Семестр: 2

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=13043
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	4/120
Обсяг дисципліни (години) та види занять	**Денна форма:** лекції (20 год.), семінарські (20 год.), самостійна робота (80 год.)
	Заочна форма: лекції (6 год.), семінарські (6 год.), самостійна робота (108 год.)
Політика дисципліни	**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?	Мета дисципліни «PR технології» є надання майбутнім фахівцям знань та вмінь визначення та використання основних складових PR-технологій в різних сферах сучасного життя, особливо в комунікативній складовій міжнародних відносин.
Чому це треба вивчати?	Зарубіжний та вітчизняний досвід використання PR-технологій для формування та підвищення позитивного іміджу суб'єкта комунікації; а також сформувати вміння і практичні навички з 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.

Яких результатів можна досягнути?	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. Вміти виявляти щось нове у звичайному, розкривати його перспективи, забезпечувати конкурентоспроможність на ринку і соціально-економічне зростання
Як можна використати набуті знання та уміння?	Здатність приймати обґрунтовані рішення. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). Навички міжособистісної взаємодії. Здатність до вдосконалення особистісних і професійних навичок та оволодіння сучасними знаннями Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.
Зміст дисципліни	Сучасна концепція PR у бізнесі PR у системі управління ринковою діяльністю підприємстваPR-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	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	Маркетинговий менеджмент, Маркетинг інновацій
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	1. PR-технології в бізнесі: навч.-метод посіб. / МОН України ; Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ;Уклад. Гуменюк А. В. Умань : Візаві, 2020. 235 с. 2. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 201 с. 3. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 201 4. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях. Київ : Кондор, 2016. 244 с. 5. Навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни "PR-технології в готельно-ресторанному бізнесі. Умань : УДПУ, 2016. 79 с.
Поточний контроль	Виконання завдань семінарських і модульних контрольних робіт Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про організацію 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, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла

Розробник (Гуменюк А.В.)