

**ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«КИЇВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»**

**Циклова комісія фінансово-облікових дисциплін, оціночної діяльності
та маркетингу**

PR В БІЗНЕСІ
PR in business
СИЛАБУС (SYLLABUS)

1. ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА



**ДОМАНСЬКА ГАННА
ІВАНІВНА**



Спеціаліст II категорії, викладач економічних дисциплін
Контактні дані: (044)-290-44-15
E-mail: domanska_anna@ukr.net
Консультації: згідно графіка індивідуальних консультацій викладача

2. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни	PR в бізнесі PR in business
Мета вивчення дисципліни	формування у майбутніх фахівців галузі знань 05 Соціальні і поведінкові науки фундаментальних знань щодо базових категорій PR, методологічних аспектів організації PR діяльності в бізнесі та її пріоритетів у сучасних умовах
Результати вивчення дисципліни	Дисципліна забезпечує оволодіння здобувачами освіти загальними та спеціальними компетентностями і досягнення ними програмних результатів навчання. ЗК 6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 7. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

	<p>СК 10. Здатність виявляти проблеми і пропонувати шляхи їх розв'язання під аналізу конкретних ситуацій економічного характеру.</p> <p>РН 5. Здійснювати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел у професійній діяльності.</p> <p>РН 15. Володіти навичками міжособистісної взаємодії, які дають змогу досягати професійної мети.</p>
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркової компоненти
Спеціальність	051 Економіка
Освітньо-професійна програма	Економіка бізнесу
Курс	Другий
Семестр	4
Обсяг курсу: годин / кількість кредитів ЄКТС	90 год/ 3 кр. ЄКТС
Мова викладання	Українська
Пререквізити	Вивчення дисципліни ґрунтується на знаннях, отриманих здобувачами освіти, при вивченні таких дисциплін як: «Основи маркетингу», «Технології»
Структура дисципліни та розподіл годин за темами	Навчальний матеріал дисципліни розподілений за трьома темами, розподіл годин за якими представлено в програмі дисципліни
Форми поточного контролю	Групова дискусія; усне опитування; реферативне повідомлення; бліцопитування; перевірка вирішення ситуаційних завдань; тестування; моделювання ситуацій
Підсумковий контроль	Диференційований залік
Політика курсу	
Політика академічної доброчесності	Дотримання Етичного кодексу здобувача освіти ВСП «КТЕФК ДТЕУ». Доступний за посиланням: http://surl.li/kuxvb
Організація освітнього процесу	Організація освітнього процесу та відвідування занять здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у ВСП «КТЕФК ДТЕУ». Інформація доступна за посиланням: http://surl.li/lbxhm
Можливості інклюзивної освіти	Прописано відповідно до політики ВСП «КТЕФК ДТЕУ»
Оцінювання результатів навчання	Здійснюється за 100-бальною рейтинговою шкалою, відповідно до Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів фахової передвищої освіти у ВСП «КТЕФК ДТЕУ». Інформація доступна за посиланням: http://surl.li/kuyl
Відпрацювання пропущених занять	<p>Пропущені практичні заняття - здобувач освіти самостійно опрацьовує матеріали за рекомендованими в Розділі 4 силябусу джерелами.</p> <p>Пропущені самостійна / контрольна роботи чи тестування - виконуються під час індивідуально-</p>

	<p>консультативної роботи з викладачем відповідно до графіка консультацій викладача.</p> <p>Здобувач освіти може виконати всі види робіт та отримати відповідні бали</p>
Доступ до курсу в системі дистанційного навчання	Навчальні матеріали дисципліни розміщені на інтерактивній платформі Google Classroom
Диференційований залік	<p>Оцінюється за 100-бальною шкалою. Під час підсумкового контролю оголошується загальна кількість балів, накопичених здобувачем. Якщо здобувач набрав 60 і більше балів, то диференційований залік може бути виставлений за результатами підсумкового контролю на момент проведення заліку. Диференційований залік проводиться на останньому занятті відповідно до розкладу. У разі, якщо здобувач бажає поліпшити свою оцінку, він складає диференційований залік з усієї програми навчальної дисципліни. Підсумковою оцінкою є оцінка за диференційований залік, накопичені бали за семестр не враховуються. Незадовільна оцінка заліку підлягає перескладанню у встановлений термін</p>
Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни	Заноситься на останньому занятті до е-журналу академічної групи

3. ПЕРЕЛІК НАВЧАЛЬНИХ РОБІТ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ ТА ШКАЛА РОЗПОДІЛУ БАЛІВ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва теми	Види робіт	Максимальна кількість балів за 100-бальною шкалою*
1	2	3
Тема 1. Основи публік рилейшнз у бізнесі	-	30
Лекція 1. Паблік Рілейшнз: зміст. Історія становлення та місце в бізнесі	Групова дискусія; усне опитування; реферативне повідомлення; бліцопитування; тестування	1
Лекція 2. PR у системі управління діяльністю підприємства		1
Практичне заняття 1. Дослідження передумов виникнення публік рилейшнз та історії становлення його як сфери діяльності		6
Лекція 3. Паблік рилейшнз як організація комунікативного простору		1
Лекція 4. Економічна комунікація та ринок		1
Практичне заняття 2. Специфіка PR діяльності в бізнесовій організації.		6
Лекція 5. Основи комунікації в PR діяльності		1
Практичне заняття 3. Організація та планування комунікації в PR діяльності		6
Лекція 6. Функції PR в бізнесі		1
Практичне заняття 4. Дослідження функцій PR в бізнесі		6
Тема 2. Паблік рилейшнз у системі управління	-	27

<p>Лекція 7. Паблік рилейшнз як система заходів, спрямованих на реалізацію ідеології керівництва підприємства, стратегії та тактики управління персоналом Практичне заняття 5. Основні завдання паблік рилейшнз у системі управління підприємством Лекція 8. Концепція двосторонньої комунікації: основна мета і принципи реалізації Практичне заняття 6. Розробка стратегії ефективності менеджменту фірми за допомогою паблік рилейшнз Лекція 9. Корпоративна культура Практичне заняття 7. Формування корпоративної культури Практичне заняття 8. Дослідження відносин між працівниками підприємства</p>	<p>Усне опитування; бліцопитування; перевірка вирішення ситуаційних завдань; тестування</p>	<p>1 6 1 6 1 6 6</p>
<p>Тема 3. Планування організації зв'язків з громадськістю</p>	<p>-</p>	<p>28</p>
<p>Лекція 10. Роль PR у створенні позитивного іміджу бізнесу Практичне заняття 9. Управління іміджем. Стратегія управління корпоративною інформацією на основі сучасних комунікативних технологій. Лекція 11. Засоби паблік рилейшнз у бізнесі Практичне заняття 10. Організація підрозділу з паблік рилейшнз у системі управління підприємством Лекція 12. Робота з основними групами громадськості та ЗМІ Практичне заняття 11. Методи оптимізації роботи сайту компанії. Імідж в інтернеті. Реклама в інтернеті Лекція 13. Особливості антикризового паблік рилейшнз у бізнесі Практичне заняття 12. Комунікації в ситуації кризи. Шляхи подолання кризової ситуації завдяки вдалій кампанії</p>	<p>Групова дискусія; перевірка вирішення ситуаційних завдань; усне опитування; реферативне повідомлення; тестування</p>	<p>1 6 1 6 1 6 6</p>

з паблік рилейшнз		
Інноваційна діяльність	Участь у науково-дослідній роботі, у роботі наукових конференцій, підготовці публікацій, у Всеукраїнських олімпіадах, міських конкурсах, фестивалях	15
	Разом	100
Підсумковий контроль	Диференційований залік	100

Примітка* Відповідно до Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів фахової передвищої освіти у ВСП «КТЕФК ДТЕУ»

4. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ***

Нормативно-правова база

1. Конституція України: Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. // Юрінком, 1996. № 23.
2. Про захист прав споживачів: Закон України від 10 червня 2023 року за №3153-ІХ.
3. Про рекламу: Закон України від 03 липня 1996 року за № 271/96-ВР

*Основний*****

1. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю: навчальний посібник. – К.: 2019. –337 с.

Додатковий

1. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Цінова політика в умовах маркетингової орієнтації: навчальний посібник. – К.: 2020. – 336 с.
2. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В., Стратегічний маркетинг – К.: ЦУЛ, 2021. – 612с.
3. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу: Навч. посіб. – К.: Знання. 2021. – 495с.
4. Земляков І.С., Рижий ІБ, Савич В.І. Основи маркетингу: навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2021. – 352 с.
5. Ковальчук С.В. Маркетинг: навчальний посібник. – К.: Вид-во Європейського ун-ту, 2021. – 358 с.
6. Лабурцева О.І. Ризики в маркетингу: підручник. – К.: КНТЕУ, 2019. – 476 с.
7. Липчук В.В., Погребняк Л.В. Маркетингові дослідження. – Львів: «Магнолія 2006», 2021. -352с.
8. Ортинська В.В., Мельникович О.М. Маркетингові дослідження. Підручник. – К.: КНТЕУ, 2019. – 426 с.
9. Шканова О.М. Маркетингова товарна політика: Навч. посіб. – К.:МАУП, 2020 - 160с.

Інтернет-ресурси

1. Українська асоціація маркетингу: сайт. URL: <http://www.uam.in.ua>
2. Український професійний журнал «Маркетинг і реклама»: сайт. URL: <http://www.mr.com.ua>
3. Міжнародна Маркетингова Група: сайт. URL: <http://www.marketing-ua.com>

Відокремлений структурний підрозділ
"Київський торговельно-економічний фаховий
коледж ДТЕУ

PR В БІЗНЕСІ

Вибіркова дисципліна



PR В БІЗНЕСІ

Обсяг

90 годин

**Форма
контролю**

Залік

**Період
навчання**

**2 курс, IV
семестр**

**Система
оцінювання**

100 балів



PR В БІЗНЕСІ



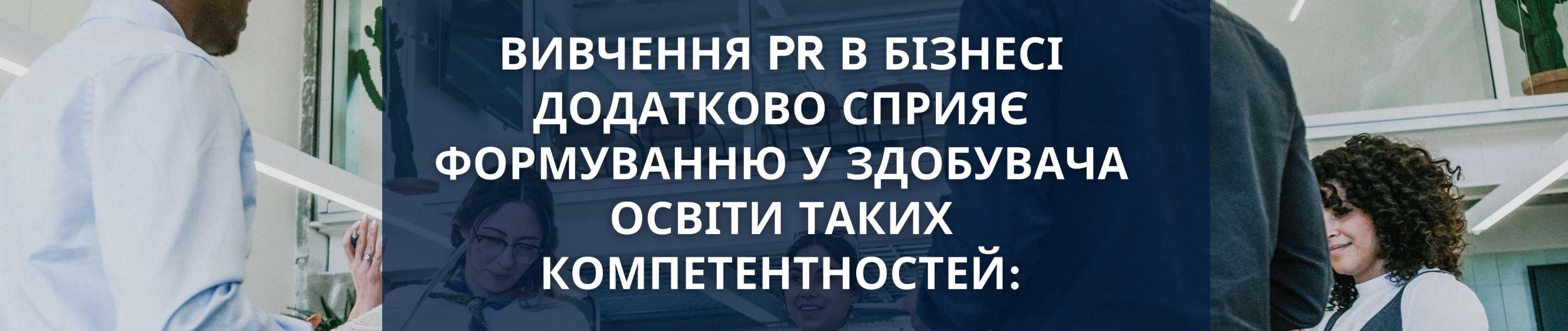
Мета вивчення дисципліни:

засвоєння здобувачами освіти основних видів PR, особливостей PR-технологій, механізмів їх створення та впливу у бізнесі



Завдання вивчення дисципліни:

Формування у здобувачів освіти навичок розробки іміджу підприємств та організацій



ВИВЧЕННЯ PR В БІЗНЕСІ ДОДАТКОВО СПРИЯЄ ФОРМУВАННЮ У ЗДОБУВАЧА ОСВІТИ ТАКИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ:

Загальні компетенції:

Здатність працювати з інформацією. Здатність толерантно сприймати культуру та звичаї інших країн. Здатність діяти з позицій соціальної відповідальності

Фахові компетенції:

**Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах, навички взаємодії;
Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів го бізнесу**

PR В БІЗНЕСІ

Тематичний план дисципліни:

01 Основи публік рилейшнз у бізнесі. Вступ до публік рилейшнз. PR у системі управління діяльністю підприємства.

02 Публік рилейшнз у системі управління. Управління кампаніями з публік рилейшнз у бізнесі. Комунікативний вплив публік рилейшнз на поведінку суб'єктів ринку. Роль PR у створенні позитивного іміджу бізнесу

03 Соціально-комунікативні стратегії. Засоби публік рилейшнз у бізнесі. Робота з основними групами громадськості та ЗМІ .PR у конфліктних та кризових ситуаціях.



PR В БІЗНЕСІ

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ТА ІНФОРМАЦІЙНЕ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ:



Робоча програма. Методичні вказівки
та завдання для самостійної роботи



Лекційно-презентаційний матеріал



Проекти, тестові та творчі завдання



Кадрове забезпечення

PR в бізнесі

Ганна Доманська

**Викладач економічних дисциплін
ВСП "КТЕФК ДТЕУ", магістр з Реклами та PR,
спеціаліст II категорії**



ДО ЗУСТРІЧІ НА ЗАНЯТТЯХ!

