

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Інститут бізнесу та сучасних технологій  
Кафедра маркетингу

## СИЛАБУС

навчальної дисципліни  
**«Паблік-рілейшнз у бізнесі»**  
на 2020-2021 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	4 курс, 1 семестр
Освітня програма/спеціалізація	«Маркетинг»
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	бакалавр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,  
науковий ступінь і вчене звання,  
посада

**Яловега Наталія Іванівна**  
к.е.н. доцент,  
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-510-78-87
Електронна адреса	<a href="mailto:alrayne88vega@gmail.com">alrayne88vega@gmail.com</a>
Розклад навчальних занять	<a href="http://schedule.puet.edu.ua/">http://schedule.puet.edu.ua/</a>
Консультації	очна <a href="http://www.marketing.puet.edu.ua">http://www.marketing.puet.edu.ua</a> он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	<a href="https://el.puet.edu.ua/">https://el.puet.edu.ua/</a>

### Опис навчальної дисципліни

<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	Оволодіння теоретичними знаннями та практичними навичками формування громадської думки та управління нею за допомогою використання сучасних систем масової комунікації та заходів масової інформації – преси, радіо, телебачення, інтернет-зв'язку, а також набуття компетенцій щодо налагодження безпосередніх контактів з громадськістю, цільовою аудиторією, партнерами, споживачами, клієнтами.
<b>Тривалість</b>	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
<b>Форми та методи навчання</b>	Лекції та практичні заняття, самостійна робота поза розкладом.
<b>Система поточного та підсумкового контролю</b>	Поточний контроль: відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; тестування; поточні модульні роботи. Підсумковий контроль: залік (ПМК).
<b>Базові знання</b>	Наявність широких знань з сучасних інформаційних та комунікаційних технологій, основ маркетингу, практичної психології, маркетингових досліджень, маркетингових комунікацій.
<b>Мова викладання</b>	Українська

### Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<ul style="list-style-type: none"> <li>• демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності (P1);</li> <li>• застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу (P3);</li> <li>• збирати та аналізувати необхідну інформацію,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні (ЗК1);</li> <li>• здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК4);</li> <li>• знання та розуміння предметної області та розуміння</li> </ul>

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію (P4);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів (P5);</li> <li>пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта (P10);</li> <li>виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним (P12);</li> <li>відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи (P13);</li> <li>демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності (P18).</li> </ul>	<p>професійної діяльності (ЗК6);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (ЗК9);</li> <li>здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) (ЗК12);</li> <li>здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу (СК2);</li> <li>здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими (СК4);</li> <li>здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів (СК7);</li> <li>здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків (СК11);</li> <li>здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу (СК12).</li> </ul>

### Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Теоретичні основи PR-діяльності		
Тема 1. Загальна характеристика системи паблік рилейшнз.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання індивідуального завдання за темами: Еволюція розвитку паблік рилейшнз. Значення, проблематика і сутність паблік рилейшнз на сучасному етапі. Громадськість та громадська думка. Процес формування громадської думки. PR-інструментарій: сутність, класифікація.
Тема 2. Корпоративний імідж та його використання у зв'язках з громадськістю.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання індивідуального завдання за темами: Поняття та складові споживчого іміджу підприємства. Соціальний імідж підприємства. Методика формування корпоративного іміджу підприємства. Складові особистого іміджу керівника (лідера) підприємства.
Тема 3. Основні документи по зв'язкам з громадськістю.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання індивідуального завдання за темами: Сучасні комунікативні технології у PR-діяльності. Психологічні та стилістичні прийоми написання PR-документів. Структура PR-документів.
Тема 4. Дослідження в системі паблік рилейшнз.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання індивідуального завдання за темами: Поняття вибірки у соціологічних дослідженнях. Основні методи маркетингових досліджень. Поняття та види первинної і вторинної інформації.
Модуль 2. Організація PR-діяльності		
Тема 5. Планування та організація проведення PR-кампанії.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання індивідуального завдання за темами: Формування PR-стратегії в залежності від фази громадської думки. Формування PR-стратегії в залежності від позиції іміджу підприємства. Процес

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
		розробки і реалізації програми зв'язків з громадськістю. Основні етапи PR-кампанії.
Тема 6. Засоби масової інформації та організація роботи з ними.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання індивідуального завдання за темами: Класифікація засобів масової інформації. Характерні ознаки кожного засобу масової інформації. Стан і перспективи розвитку засобів масової інформації в Україні.
Тема 7. PR в промисловості та комерційній діяльності підприємств.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання індивідуального завдання за темами: Завдання паблік рилейшнз в промисловій та комерційній діяльності підприємств. Зв'язки з громадськістю у фінансовій сфері життєдіяльності суспільства. Їх завдання та функції. Зв'язки з громадськістю у відносинах з інвесторами.
Тема 8. PR і відносини з органами влади.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання індивідуального завдання за темами: Роль держави у становленні інформаційного суспільства. Політичні зв'язки з громадськістю. Сутність і характеристика основних політичних сил в сучасній Україні. Міжнародні зв'язки з громадськістю.
Тема 9. Міжнародні зв'язки з громадськістю.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання індивідуального завдання за темами: Імідж країни (держави), його сутність і роль у міжнародних зв'язках з громадськістю. Система сучасних міжнародних комунікацій. Сучасна система міжнародних зв'язків України та тенденції їхнього розвитку.

### Інформаційні джерела

1. Королько В. Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика: Підручник. — 2-ге вид., допов. — К., 2017.
2. Балабанова Л. В., Савельєва К. В. Паблік рилейшнз: Навч. посіб. — К.: Видавничий дім «Професіонал», 2018.
3. Музыкант В. Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике: учеб. пособие. — М.: Армада-пресс, 2018.
4. Почепцов Г. Паблік рилейшнз: Навч. посіб.— К., 2017.
5. Рубель К. В. Система зв'язків з громадськістю провідних країн світу. — К., 2017.
6. Синяева И. М. Паблік рилейшнз в коммерческой деятельности: Учеб. / Под ред. проф. Г. А. Васильева. — М., 2018.

### Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

#### Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/publiczna-informaciya>

### Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-4): виконання тестів (8 балів); виконання практичних завдань (12 балів); виконання індивідуального завдання (3 бали); поточна модульна робота (4 бали)	27
Модуль 2 (теми 5-9): виконання тестів (10 балів); виконання практичних завдань (15 балів); виконання індивідуального завдання (4 бали); поточна модульна робота (4 бали)	33
Підсумковий контроль (ПМК)	40
Разом	100

### Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни