



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ»

Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський)

Спеціальність: 075 Маркетинг

Рік навчання: 3-й, семестр 6-й

Кількість кредитів ECTS: 5 кредитів

Назва кафедри: Менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, готельно-ресторанної справи та туризму

Мова викладання: українська

Лектор курсу

д.е.н., доц. Головня Олена Михайлівна

**Контактна інформація
лектора (e-mail)**

elen@vsau.vin.ua, ellens@meta.ua

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Паблік рілейшнз» є вибірковою компонентою ОПП.

Загальний обсяг дисципліни 150 год.: лекції - 26 год.; практичні заняття - 24 год., самостійна робота - 100 год.

Формат проведення: лекції, практичні заняття, семінарські заняття, консультації. Підсумковий контроль – залік.

ПРЕРЕКВІЗИТИ І ПОСТРЕКВІЗИТИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

При вивченні даної дисципліни використовуються знання, отримані з таких дисциплін (пререквізитів): «Естетика та дизайн товарів», «Іноземна мова», «Логістика».

Основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні таких дисциплін (постреквізитів): «Інтернет-маркетинг».

ХАРАКТЕРИСТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ **Призначення навчальної дисципліни**

Дисципліна спрямована на оволодіння необхідними знаннями та навичками для виконання функцій прес-секретаря, менеджера комунікаційної структури, експерта, консультанта, референта в державних і громадських установах та організаціях соціокультурної сфери, комерційних структурах з питань масової інформації та ділової комунікації, суспільних зв'язків, гуманітарних технологій.

Мета вивчення навчальної дисципліни

Мета викладання навчальної дисципліни – формування і розвиток у студентів особистісних якостей та формування загальнокультурних (універсальних) компетенцій у вигляді системи знань про теоретичні засади та практичні навички у сфері public relations для використання у професійній діяльності в сфері маркетингу.

Завдання вивчення дисципліни

Пропонований курс охоплює проблеми організації та забезпечення ефективної комунікації та діяльності будь-яких інституцій, спрямованих на встановлення відносин із громадськістю шляхом цілеспрямованого формування громадської думки та управління нею.

Зміст курсу значною мірою орієнтований на знання політології, історії, соціології, психології комунікації, теорії дискурсу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен сформувати такі програмні компетентності:

Інтегральна компетентність: Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

Фахові компетентності:

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

Програмні результати:

Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

Вивчення даної компоненти формує у студентів вищої освіти ряд соціальних навичок (soft skills): комунікативність (реалізується через: метод роботи в парах та групах, метод самопрезентації), робота в команді (реалізується через: метод проектів), лідерські навички (реалізується через: робота в групах, метод проектів, метод самопрезентації).

План вивчення навчальної дисципліни

№ з/п	Назви теми	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
1	Тема 1. Паблік рілейшнз як сфера професійної діяльності	2	2	10
2	Тема 2. Сучасна концепція паблік рилейшнз у бізнесі	2	2	10
3	Тема 3. Паблік рилейшнз у системі управління підприємством	2	2	10
4	Тема 4. Маркетингові дослідження у паблік рилейшнз	2	2	10
5	Тема 5. Засоби паблік рилейшнз у бізнесі	2	2	10
6	Тема 6. Державно-приватне партнерство в сфері паблік рілейшнз	2	2	10
7	Тема 7. Іміджелогія у бізнесі	2	2	10
8	Тема 8. Управління PR-кампаніями у бізнесі	2	2	5
9	Тема 9. PR-акції та PR-операції у бізнесі	2	2	5
10	Тема 10. Корпоративна і соціальна відповідальність підприємств	2	2	5
11	Тема 11. «Зелений PR» та еко-тренди в сфері бізнесу	2	2	5
12	Тема 12. Лобіювання в сфері PR-технологій	2	2	5
13	Тема 13. Паблік рилейшнз у конфліктних і кризових ситуаціях підприємств	2	-	5
Разом		26	24	100

Самостійна робота студента (СРС) — це форма організації навчального процесу, при якій заплановані завдання виконуються студентом без безпосередньої участі викладача. СРС є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від обов'язкових навчальних занять.

Мета самостійної роботи студентів: розвиток творчих здібностей та активізацій розумової діяльності студентів; формування в студентів потреби безперервного самостійного поповнення знань; здобуття студентом глибокої системи знань як ознаки міцності знань; самостійна робота студентів як результат морально-вольових зусиль.

Методичне керівництво самостійною роботою студента з дисципліни Паблік рілейшнз здійснює викладач.

Метою СРС є засвоєння навчальної програми в повному обсязі та послідовне формування у студентів самостійності як риси характеру, що відіграє суттєву роль у підготовці сучасного фахівця вищої кваліфікації.

В ході самостійної роботи студент має перетворитися в активного учасника навчального процесу, набути здатність самостійного оволодіння теоретичними і практичними компетенціями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі.

Основні види самостійної роботи здобувача

№	Вид самостійної роботи	Години	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Самостійна робота з метою підготовки до поточних аудиторних занять	30	щотижнево	Усне та письмове опитування
2	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	30	2 рази на семестр	Усне та письмове опитування
3	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	20	2 рази на семестр	Виступ в аудиторії з презентацією, усний захист, дискусія в групі на тему презентації
4	Підготовка до модульного контролю та іспиту	20	3 рази на семестр	Тестування у системі Сократ
Разом		100		

Список основної та додаткової літератури

Основна

1. Взаємодія з громадськістю : зб. звітів за результатами оцінки діяльності органів викон. влади / [упоряд. Л. Паливода ; ред. І. Яцик]. Київ : ТЦК, 2018. 71 с.
2. Етика в рекламній та PR-діяльності: конспект лекцій з дисципліни для здобувачів вищ. освіти першого (бакалавр.) рівня. Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2018. 79 с.
3. Зв'язки з громадськістю : словник фахівця / Л. О. Кочубей та ін. ; за наук. ред. д-ра пед. наук, проф. М. М. Поплавського ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ : КНУКіМ, 2017. 77 с.
4. Стельмахова, Олександра. Піаритись не можна зупинитись : розумна кн. про PR та медіа в Україні / Олександра Стельмахова. - Дніпро : Ліра, 2019. 193 с.
5. Сухицька, Н. В. Теорія і практика зв'язків із громадськістю. Курс лекцій: навч. посіб. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2018. 382 с.

Додаткова

1. Bacik R. Political Marketing: Impact of Public Relations on the Change in Voter Behaviour of Consumers (Voters). *Marketing and management of innovations*. 2021. № 2. P. 40-48.
2. Kyrychok A. Characteristics of research in education in the field of public relations. *Evropský politický a právní diskurz*. 2017. Sv. 4, Vyd. 1. P. 153-158.

3. Ntimba D. I. Labour regulation in the public sector: Employment relationship, employment relations satisfaction and psychological contract. *Journal of governance & regulation*. 2021. Vol. 10, Iss. 3. P. 54–71.

4. Zarosylo V. O. Theoretical, Legal and Practical Regulation of Public Relations, which Determine and Guarantee the Rights of Citizens and Compliance with the Constitution of Ukraine During a Pandemic. *Вісник Національної академії правових наук України*. 2020. Т. 27, № 4. С. 154-165.

5. Головня О.М. Лобіювання в системі соціально-економічних пріоритетів України. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2020. №1. С. 53-69.

6. Головня О.М. Роль партисипативного бюджетування в процесі публічного управління. *Збірник матеріалів VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Актуальні проблеми менеджменту, фінансів та публічного управління в сучасних глобалізаційних процесах»*. (19 березня 2020 р.). Ірпінь: Університет ДФС України. 2020. С. 414-416.

7. Кичко І. І. Перспективи використання системи оцінювання персоналу підприємств готельного бізнесу за критеріями компетентності та особистого внеску. *Ефективна економіка*. 2021. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2021_3_9.

8. Нетецька Т. Аспекти публік рилейшенз у структурі корпоративної соціальної відповідальності. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Т. 5, № 2. С. 181-187.

9. Олтаржевський Д. Корпоративні комунікації як напрям публік рилейшенз: теоретико-історичний аспект. *Scientific notes of the institute of journalism*. 2020. Т. 2. С. 68-78.

10. Павлова О. О. Піар-технології в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2018. Вип. 36(1). С. 159-162. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2018_36\(1\)_44](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2018_36(1)_44).

11. Пашкевич М. Ю. Подієві практики як ефективний інструмент публік. *Культура і сучасність*. 2021. № 1. С. 216-222.

Контроль і оцінка результатів навчання

У кінці семестру, здобувач вищої освіти може набрати до 60% підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт, що виконуються протягом семестру, до 10% за показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності і до 30% підсумкової оцінки – за результатами підсумкового контролю.

	Вид навчальної діяльності	Бали
Атестація 1		
1	Уважність на лекціях, наявність конспективних записів	6
2	Участь у роботі на практичних заняттях	6
3	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	6

4	Виконання контрольних робіт, тестування	6
5	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	6
	Всього за атестацію 1	30
	Атестація 2	
6	Уважність на лекціях, наявність конспективних записів	6
7	Участь у роботі на практичних заняттях	6
8	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	6
9	Виконання контрольних робіт, тестування	6
10	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	6
	Всього за атестацію 2	30
	Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності	10
	Підсумкове тестування	
	Разом	100

Шкала оцінки знань здобувача

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для екзамену
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
66-74	D	
60-65	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Якщо здобувач упродовж семестру за підсумками контрольних заходів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він не допускається до заліку чи екзамену. Крім того, обов'язковим при мінімальній кількості балів за підсумками контрольних заходів є виконання індивідуальної творчої роботи (презентації).

Програма навчальної дисципліни передбачає врахування результатів неформальної та інформальної освіти при наявності підтверджуючих документів як окремі кредити вивчення навчальних дисциплін.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Участь у дискусіях на лекційних та практичних заняттях,	Критерії оцінювання
---	---------------------

виконання контрольних робіт, індивідуальні та групові творчі завдання, тестування	
90-100%	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
73-89%	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
55-72%	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.
35-54%	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.
15-34%	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
0-15%	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Не вирішив жодного тестового завдання.

Розробник

Д.е.н., доцент кафедри _____ О.М. Головня

Завідувач кафедри _____ Ю.В. Ставська