


Білоцерківський національний аграрний університет

Економічний факультет

Кафедра менеджменту

	<p align="center">СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «PR - МЕНЕДЖМЕНТ»</p> <p>Галузь знань - 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність - 076 «Підприємництво та торгівля» Освітня програма - «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»</p>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Компонент освітньої програми	вибірковий
Кількість кредитів ECTS / загальна кількість годин	3 кредити /90 години
Семестр	3
Форма контролю	залік
Мова викладання	українська
Профайл викладача 	<p>Биба Валентина Анатоліївна Посада: доцент кафедри менеджменту Науковий ступінь: кандидат економічних наук Робоче місце: навчальний корпус №4 (пл. Соборна, 8/1), 69 ауд. (кафедра менеджменту). E-mail: valentyana.byba@btsau.edu.ua Зв'язок з викладачем: відповідно до графіку консультацій https://sites.google.com/view/econombc/структура-факультету/кафедра-менеджменту?authuser=0</p>
Опис дисципліни	Навчальна дисципліна «Піар-менеджмент» забезпечує набуття у студентів теоретичних знань в та практичних навичок щодо управління зв'язками з громадськістю.

	<p>Вивчення навчальної дисципліни надає студенту такі можливості та переваги: знання засобів реклами PR; вміння визначати потребу в рекламуванні товару, послуги чи ідеї; розробляти плани PR-діяльності (визначати цілі та концепції, потрібні асигнування, види, носії, засоби, заходи); розробляти тактичні плани проведення PR-кампанії; обирати жанри та форми реклами, засоби масової інформації (ЗМІ) для розміщення реклами та інформаційно-аналітичних матеріалів; створювати рекламне звернення (визначати принципи рекламування товару, написання текстової частини, розроблення оригінал-макета);здійснювати контроль рекламної діяльності та оцінку ефективності PR-технологій.</p>
Передумови для вивчення дисципліни	<p>Навчальна дисципліна «Піар-менеджмент» базується на знаннях таких дисциплін як «Менеджмент», «Комунікативний менеджмент», «Самоменеджмент», вивчених на другому курсі та третьому курсі.</p>
Мета вивчення дисципліни	<p>Формування системи знань про методи і засоби реклами, компонування змісту, форми і структури рекламного звернення, вибір засобу реклами для різних груп цільових аудиторій; засвоєння студентами видів PR, особливостей PR-технологій, механізмів їх створення та оцінки ефективності.</p>
Формат дисципліни	<p>Для денної форми навчання дисципліна викладається в очному форматі, із застосуванням мультимедійних засобів. За необхідності (індивідуальні графіки, дуальна форма навчання, дистанційна тощо) можуть використані платформи Moodle, ZOOM. Формат проведення дисципліни є змішаним: поєднання традиційних форм навчання з елементами дистанційного навчання.</p>
Очікувані результати навчання	<p>PH 4.1 Мати навички ділового спілкування в колективі та з громадськістю. Володіти навичками комунікацій. PH 3.1 Вміти здійснювати організацію в PR-діяльності. PH 3.2 Вміти здійснювати медіапланування PR-менеджменті. PH 3.3 Мотивування персоналу та партнерів</p>
Структура курсу	<p><i>Змістовий модуль 1. «Теоретико-методологічні основи піар-менеджменту (PR), роль PR в сучасному світі»</i> Тема 1. Історія виникнення та сучасний етап розвитку теорії PR Тема 2. Основи комунікацій в PR Тема 3. Ділове спілкування – ключовий елемент зв'язків з громадськістю. Тема 4. Методи мотивації працівників у сфері підприємництва, торговельної та/або біржової діяльності Тема 5. Механізм взаємодії із засобами масової інформації</p>

	<p><i>Змістовий модуль 2. «Комунікаційні та прикладні стратегії»</i></p> <p>Тема 6. Державна інформаційна політика України та шляхи її вдосконалення</p> <p>Тема 7. Базові PR-документи</p> <p>Тема 8. PR-діяльність в Україні</p> <p>Тема 9. PR у формуванні іміджу фірми (організації), керівника. Імідж – ключ до успіху.</p> <p>Тема 10. PR-кампанія. Аналіз успішних PR-кампаній в біржовій діяльності.</p>
<p>Методи навчання</p>	<p>Під час лекційного курсу застосовуються презентації у програмі Microsoft Office PowerPoint, дискусійне обговорення проблемних питань. Практичні заняття проводяться у вигляді семінарів-практикумів з виконанням ситуаційних завдань – індивідуальних та в мінігрупах; ділових ігор, дискусій, аналітика та прогнозування банкрутства на прикладі підприємств.</p>
<p>Політика</p>	<p>Політика щодо академічної доброчесності: очікується, що письмові роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента (списування, відсутність посилань на використані джерела, фабрикація, фальсифікація, обман) є підставою для її незарахування викладачем. Положення про академічну доброчесність у Білоцерківському національному аграрному університеті розміщене на сайті університету https://btsau.edu.ua/sites/default/files/Faculties/osvita/normatyvne/polog_akad_dobr_b_nau.pdf</p> <p>Політика щодо відвідування занять: очікується, що студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. За об’єктивних причин навчання може відбуватись в он-лайн режимі.</p> <p>Політика щодо дедлайнів і перескладання: студенти мають дотримуватись термінів виконання усіх видів робіт.</p> <p>Політика щодо виконання завдань: позитивно оцінюється відповідальність, старанність, креативність.</p> <p>Політика щодо оцінювання: засоби та критерії оцінювання прописані в робочій програмі дисципліни, розміщеній на платформі Е-навчання Білоцерківського НАУ (Moodle).</p>

Інформаційне забезпечення	<ol style="list-style-type: none"> 1. Грищенко О. Ф., Голишева Є. О. Використання грінвошингу як технології екологізації бізнесу: поняття, детермінанти та драйвери. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». Випуск № 46/2020. С. 47–54 2. Примак Т. О.. PR для менеджерів і маркетологів : навч. посібник..К. : Центр учбової літератури. 2019. С. 202. 3. Ідріс М. Брендінг за 60 хвилин / пер. з англ. О.Чупа. Харків: Вид-во «Ранок». 2019. С. 256. 4. Королько В.Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Підручник: 3-тє вид. доп. і перероб. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія». 2009. С. 831. 5. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях : навч. посіб. Київ. Кондор-Видавництво. 2014. С 246.
Лінк на дисципліну	<p>Матеріали дисципліни розміщено на платформі Е-навчання Білоцерківського НАУ (Moodle) https://teach.btsau.net.ua/course/view.php?id=1723</p>