


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри маркетингу,
менеджменту та публічного
адміністрування
Протокол №22 від «6» 06 2018 р.
Зав. кафедри

_____  Н.С. Приймак

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ»

(заочна форма навчання)
Кількість кредитів ECTS 3

Розробник:
Карабаза І.А.,
доцент кафедри маркетингу, менеджменту
та публічного адміністрування, к.е.н.,
доцент

2018 -2019 навчальний рік

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри маркетингу,
менеджменту та публічного
адміністрування

Протокол № від « » 2018 р.

Зав. кафедри

_____ Н.С. Приймак

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ»

(заочна форма навчання)

Кількість кредитів ECTS 3

Розробник:

Карабаза І.А.,

доцент кафедри маркетингу, менеджменту
та публічного адміністрування, к.е.н.,
доцент

2017 -2018 навчальний рік

Опис дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни
Обов'язкова (для студентів спеціальності "назва спеціальності") / вибіркова дисципліна	Обов'язкова для студентів 073 «Менеджмент»
Семестр (осінній / весняний)	осінній
Кількість кредитів	3
Загальна кількість годин	90
Кількість модулів	1
Лекції, годин	4
Практичні / семінарські, годин	4
Лабораторні, годин	-
Самостійна робота, годин	82
Вид контролю	екзамен

2. Мета та завдання дисципліни

Ціль - формування теоретичних знань та практичних навичок з теорії і практики Паблік рілейшнз, оволодіння навичками аналізу суті і механізмів взаємодії з громадськістю в ході підготовки і проведення PR-акцій.

Завдання - ознайомлення з категорійним та понятійним апаратом, професійними знаннями щодо сутності, функціями PR-діяльності; формування у студентів системних уявлень щодо механізмів впливу на громадськість, засобах, методах і основних формах їх реалізації в Паблік рілейшнз діяльності; формування навичок аналізу PR-кампаній і конкретних напрямків діяльності зв'язків з громадськістю.

Предмет: механізм формування Паблік рілейшнз.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

1. Сутність і зміст Паблік рілейшнз
2. Громадськість і громадська думка у рг-діяльності
3. Комунікаційний процес і інформаційне забезпечення в рг- діяльності.
4. PR-інструментарій: сутність і класифікація.
5. Розробка рг-стратегій в залежності від позиції іміджу підприємства.
6. Процес управління паблік рилейшнз.
7. Комплексна маркетингова система паблік рилейшнз-потенціалу як основа вдосконалення управління на сучасному етапі.
8. Паблік рілейшнз у конфліктних та кризових ситуаціях.

3. Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	усього	У тому числі			
		л	п/с	лаб.	срс.
1	2	3	4	5	6
Модуль 1					
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи паблік рілейшнз					
Тема 1. Сутність і зміст Паблік рілейшнз	6	-	-		6
Тема 2. Громадськість і громадська думка у рг-діяльності	11	0,5	0,5		10
Тема 3. Комунікаційний процес і інформаційне забезпечення в рг- діяльності	11	0,5	0,5		10
Тема 4. PR-інструментарій: сутність і класифікація	11	0,5	0,5		10
Разом за змістовим модулем 1	39	1,5	1,5		36
Змістовий модуль 2. Управління Паблік рілейшнз					
Тема 1. Сутність і зміст Паблік рілейшнз	13	0,5	0,5		12
Тема 2. Громадськість і громадська думка у рг-діяльності	13	0,5	0,5		12
Тема 3. Комунікаційний процес і інформаційне забезпечення в рг- діяльності	14	1	1		12
Тема 4. PR-інструментарій: сутність і класифікація	11	0,5	0,5		10
Разом за змістовим модулем 2	51	2,5	2,5		46
Усього годин	90	4	4		82

4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема заняття	Години
1	Семінар запитань і відповідей Громадськість і громадська думка у рг-діяльності	0,5
2	Семінар – розгорнута бесіда Комунікаційний процес і інформаційне забезпечення в рг- діяльності	0,5
3	Семінар запитань і відповідей PR-інструментарій: сутність і класифікація	0,5
4	Практичне заняття Розробка рг-стратегій в залежності від позиції іміджу підприємства	0,5
5	Семінар запитань і відповідей Процес управління паблік рілейшнз	0,5
6	Семінар запитань і відповідей Комплексна маркетингова система паблік рілейшнз-потенціалу як основа вдосконалення управління на сучасному етапі.	1
7	Семінар запитань і відповідей Паблік рілейшнз у конфліктних та кризових ситуаціях	0,5

5. Індивідуальні завдання

1. Огляд навчальної, нормативної, наукової і періодичної літератури, та підготовка матеріалу у вигляді опорного конспекту.
2. Підготовка рефератів, доповідей, статей за обраною темою.
3. Добір статистичної інформації, підготовка аналітичних довідок.
4. Підготовка тез для публікації в наукових журналах, інтернет виданнях за відповідною тематикою та міжнародних семінарах, конференціях.

6. Обсяги, зміст та засоби діагностики самостійної роботи

Вид та тема занять	Кількість годин самостійної роботи	Зміст самостійної роботи	Засоби діагностики
Модуль 1.			
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи публік рилейшнз			
Семінар – розгорнута бесіда Сутність і зміст Паблік рилейшнз	6	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: еволюція розвитку „паблік рилейшнз”, паблік рилейшнз як складова комунікаційної політики підприємств, значення, проблематика і сутність паблік рилейшнз на сучасному етапі, принципи паблік рилейшнз, правила і функції паблік рилейшнз 2. Джерела [1]-[8] 3. Самотестування	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді
Семінар і запитань і відповідей Громадськість і громадська думка у діяльності	10	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: громадськість як об’єкт комунікативного впливу, групи та рівні громадськості, громадська думка та процес її формування, формування PR-стратегій в залежності від фази громадської думки. Джерела [1]-[5] 2. Самотестування 3. Підготовка доповіді: Етичні норми застосування інструментів зв’язків громадськістю.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, результати, презентація доповіді
Семінар – розгорнута бесіда Комунікаційний процес і інформаційне забезпечення в	10	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: інформація і вимоги до неї, інформаційне забезпечення в паблік рилейшнз, суть комунікацій і їх види, процес комунікації і характеристика його етапів. Джерела [1]-[8]	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді

pr- діяльності.		2. Підготовка до письмового опитування: Методика організації і проведення „круглого столу”, конференцій, дня відкритих дверей	
Семінар запитань і відповідей PR-інструментарій: сутність і класифікація	10	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: pr-інструменти опосередкованого масового інформування, інструменти pr-підтримки, внутрішньо-спрямовані інструменти паблік рилейшнз. Джерела [1]-[7] 2. Самотестування 3. Підготовка доповіді на тему: Спеціальні заходи в період виборної кампанії: особливості їх проведення.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді
Змістовий модуль 2. Управління Паблік рилейшнз			
Семінар запитань і відповідей Розробка pr-стратегій в залежності від позиції іміджу підприємства	12	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: імідж підприємства: сутність, структуризація та його ознаки, методологія моделювання іміджу підприємства, розробка PR-стратегії для підприємства в залежності від позиції іміджу. Джерела [7]-[11] 2. Підготовка до письмового опитування	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування
Семінар запитань і відповідей: Процес управління паблік рилейшнз	12	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: процес управління паблік рилейшнз, визначення проблем паблік рилейшнз, планування і програмування паблік рилейшнз, пр-дія і комунікація, оцінка програми паблік рилейшнз. Джерела [7]-[9] 2. Підготовка до письмового опитування 3. Розв'язання запропонованих керівником курсу ситуаційних завдань	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді
Семінар запитань і відповідей: Комплексна маркетингова система паблік рилейшнз-потенціалу як основа вдосконалення управління на сучасному етапі.	12	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: комплексна маркетингова система паблік рилейшнз-потенціалу, інформаційна система паблік рилейшнз, система маркетингового управління паблік рилейшнз, система підтримки паблік рилейшнз. Джерела [2]-[9] 2. Самотестування. 3. Розв'язання задач, вправ, кейсів	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді

Семинар запитань і відповідей: Паблік рилейшнз у конфліктних та кризових ситуаціях	10	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: кризові ситуації на підприємстві та у бізнес-середовищі, антикризовий паблік рилейшнз у бізнесі, адаптаційний паблік рилейшнз у бізнесі. Джерела [1]-[11] 2. Самотестування	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді
---	----	--	--

7. Результати навчання

1	Знання формувати та обґрунтовувати основні категорії PR-діяльності; розуміти сутність масової комунікації і психології масової інформації
2	Уміння формувати та володіти основами взаємодії зі ЗМІ; використовувати психологічні механізми формування громадської думки
3	Розуміння сутності масової комунікації і психології масової інформації
4	Уміння працювати самостійно при опрацюванні джерел, підготовці доповіді з презентацією, підготовці альтернативних підходів до висвітлення теми дискусії
5	Уміння здійснювати інформаційні очікування різних контактних груп; організувати і проводити комунікаційні заходи: прес-конференції, брифінги, презентації, круглі столи.
6	Уміння використовувати сучасні методи і знати основні категорії PR-діяльності; розуміти сутність масової комунікації і психології масової інформації; знати види і методи дослідження в PR, методи і прийоми PR-впливу
7	Уміння застосовувати методи впливу Паблік рилейшнз на громадську думку; прогнозувати та вивчати громадську думку
8	Уміння працювати самостійно при опрацюванні джерел, підготовці доповіді з презентацією, підготовці альтернативних підходів до висвітлення теми дискусії
9	Уміння здійснювати розрахунки адаптовуясь до нових ситуацій у професійній діяльності

8. Розподіл балів, які отримують студенти впродовж семестру

Поточне тестування та самостійна робота			Підсумковий тест (екзамен)	Сума в балах
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Індивідуальне завдання	50	100
15	20	15		

Шкала оцінювання: національна та ECTS

100-бальна шкала	Шкала ECTS	Національна шкала
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	3, «задовільно»

60-69	Е	
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	

9. Методичне забезпечення

Електронний конспект лекцій, методичні вказівки з вивчення дисципліни, комплекти індивідуальних завдань, навчальна та наукова література, нормативні документи.

10. Рекомендована література

Основна

1. Абельмас Н. Универсальный справочник по Паблик Рилейшнз /Н. Абельмас. - М. : Феникс, 2008. – 237с.- Режим доступа:<http://socioline.ru/book/abelmas-n-v-universalnyj-spravochnik-po-pablikrilejshnz>
2. Балабанова Л.В. Паблік рилейшнз: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, К.В. Савельева. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 528с.
3. Барезев В.А. Организация и проведение PR-кампании. Краткий курс /В.А. Барезев, А.А.Малькевич. - СПб. : ПИТЕР, 2010. – 176с. –Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/265188/>
4. Білоус В.С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності: навч. посіб. / В.С. Білоус.- К. : КНЕУ. 2005. – 275с.
5. Богданов Е.Н.. Психологические основы «Паблік рилейшнз»: учебное пособие. Изд.-2-е. / Е.Н.Богданов, В.Г.Зазыкин.- СПб. : ПИТЕР, 2004. - 208с.
6. Галумов Э. А. Основы PR: учебное пособие / Э. А. Галумов. – М. :Летопись XXI век, 2004. – 407с.
7. Королько В.Г. Наукові основи, методика, практика, підручник, 2-ге вид. доп. / В.Г.Королько. - К. : Видавничий дім«Скарби», 2001 – 400с.
8. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: Навч. посіб. – 3-тє вид., випр. і доп. /Г. .Г.Почепцов. – К. : Т-во «Знання», 2006. – 327с

Допоміжна

9. Беленкова А.А. PRостой пиар / А.А.Беленкова. - М. : Изд-во «НТ Пресс», 2006. – 256с.
- 10.Блай Роберт Явербаумэ, Явербаум Эрик. Паблік рилейшнз для «чайников». Перевод с английского / - К. : Вильямс, 2007. 432с.
- 11.Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие / А.С.Варакута, Ю.Егоров. - М. : ИНФРА, 2009. – 207с.
- 12.Грачёв А.С. PR-служба кампании, практическое пособие / А.С. Грачёв, С.А. Грачёва, Е.Г.Спирина. - М. : Изд-во «Дашков и К», 2010. – 160с. е
- 13.Джефкинс Ф. Паблік рилейшнз: учебное пособие для вузов / Ф.Джефкинс, Д.Ядин. - М . : Юнити - Дана, 2003. – 416с. Режим доступа:<http://www.twirpx.com/file/16925/>

14. Доскова И.С. Public relations: теория и практика / И.С. Доскова. - М. : Издательство «Альфа-Пресс», 2007. – 152с.

Інформаційні ресурси

15. Definition of Marketing [Електронний ресурс] : сайт Американської асоціації маркетингу – Режим доступу : <http://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx> (дата звернення 12.08.2015). – Назва з екрана.
16. Сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс] : офіційний веб-сайт.- Режим доступу: – <http://www.ukrstat.gov.ua/>
17. Офіційний веб-сайт Європейський науковий фонд [Електронний ресурс] // Режим доступу: <<http://www.esf.org/>>.
18. Национальный институт стратегических исследований [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.niss.gov.ua>
19. Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс] //Режим доступа: <http://www.cyberleninka.>