

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ТАВРІЙСЬКИЙ
ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО**

**Факультет економіки та бізнесу
Кафедра маркетингу**

СИЛАБУС

з навчальної дисципліни

«Іміджеологія та PR-процеси»

<https://op.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=451>

Викладач (і) д.е.н., проф. Колокольчикова Ірина Володимирівна
<http://www.tsatu.edu.ua/et/people/kolokolchykova-iryna-volodymyrivna/>

Геннадіївна Кількість кредитів 4
Загальна кількість годин 120

Загальний опис навчальної дисципліни

Анотація курсу. Дисципліна спрямована на формування у здобувачів знань і практичних навичок зі створення, розвитку та управління іміджем особи, бренду або організації, а також ефективного використання інструментів паблік рилейшнз у сучасному комунікаційному середовищі. У межах курсу розглядаються теоретичні засади іміджеології, структура корпоративного та персонального іміджу, принципи стратегічних комунікацій, методи формування позитивної репутації та взаємодії зі стейкхолдерами. Особлива увага приділяється дослідженню PR-технологій у бізнесі, державному управлінні та міжнародних комунікаціях, а також застосуванню цифрових інструментів – медіааналітики, соціальних мереж, контент-маркетингу, SERM і кризових комунікацій. Навчання забезпечує розвиток компетентностей у сфері стратегічного мислення, етичної відповідальності, управління репутаційними ризиками й побудови системних комунікацій у публічному просторі.

Мета курсу – сформувати у здобувачів вищої освіти системне розуміння закономірностей формування іміджу особи, організації та бренду, а також засад планування, реалізації та оцінювання PR-процесів. Забезпечити здатність будувати й підтримувати позитивну репутацію в публічному просторі, управляти інформаційними потоками, запобігати та мінімізувати репутаційні ризики..

Завдання курсу: ознайомити здобувачів освіти з роллю й місцем PR-роботи в системі економічних наук та розвитку бізнесу; визначити специфіку формування іміджу та PR-повідомлень підприємств, а саме: термінологію, поняття, визначення, що використовуються у маркетингових та PR-дослідженнях; визначити місце PR-підрозділів у структурі організації;

ознайомити з проблемами використання, формування та розповсюдження засобів PR; охарактеризувати методи PR-роботи в організації, формування іміджу компанії; діяльність з реалізації плану PR-активності; проаналізувати ресурсні бази види робочих комунікацій по PR; визначити тенденції та перспективи розвитку PR-комунікацій; формування системного мислення на основі нових підходів до управління; використання інтернет-просторів для вирішення завдань маркетингової діяльності підприємств; застосування нових інформаційних технологій в формуванні електронного ринку; організація маркетингової діяльності з урахуванням особливостей Інтернету.

Предметом вивчення дисципліни є закономірності, принципи, технології та інструменти формування, розвитку й управління іміджем і репутацією особи, організації або бренду, а також планування та реалізація PR-процесів у традиційному та цифровому середовищах.

Результати навчання (компетентності)

Компетентності, які здобувач освіти набуде в результаті вивчення дисципліни

Спеціальність	Загальні компетентності (ЗК)	Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	Результати навчання (РН)
076 Підприємництво та торгівля	ЗК3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. ЗК4. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК12. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.	СК7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур.	РН1. Використовувати базові знання з підприємництва та торгівлі й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях. РН3. Мати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами. РН4. Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва і торгівлі. РН10. Діяти соціально відповідально на основі етичних, культурних, н1. Категорійно-понятійний апарат з безпеки життєдіяльності. Таксономія небезпек. 2. Природні загрози та характер їхніх проявів. 3. Техногенні небезпеки та їхні наслідки. 4. Соціально-політичні небезпеки, їхні види та характеристики. Соціальні та психологічні фактори ризику. Поведінкові реакції населення у надзвичайних ситуаціях. 5. Засоби індивідуального та колективного захисту життя людини. 6. Вступ. Загальні питання охорони праці. Правові та організаційні основи охорони праці. 7. Основи фізіології та гігієни праці. 8. Повітря робочої зони. 9. Освітлення виробничих приміщень. 10. Захист від шуму, ультразвуку, інфразвуку, вібрації та іонізуючих випромінювань. а. наукових цінностей і досягнень суспільства.

Орієнтовний перелік тем лекцій

Тема 1. Загальна характеристика системи PR-технологій.

Тема 2. Корпоративний імідж та його використання у зв'язках з громадськістю .

Тема 3. Основні документи по зв'язкам з громадськістю, що застосовуються в бізнесі.

Тема 4. Дослідження в системі PR-технологій.

Тема 5. Планування та організація проведення PR-кампанії в бізнесі.

Тема 6. Засоби масової інформації та організація роботи з ними.

Тема 7. PR-технології в бізнесі.

Тема 8. PR і відносини підприємств з органами влади.

Тема 9. Міжнародні зв'язки з громадськістю, їх вплив.

Орієнтовний перелік тем практичних занять

Тема 1. Аналіз повідомлень паблісіті, реклами та PR.

Тема 2. Створення електронної презентації

Тема 3. Створення друкованого повідомлення та підготовка прес-релізу.

Тема 4. Маркетингові дослідження в інтернеті.

Тема 5. Комплекс електронного маркетингу.

Тема 6. Відмінність прес-релізу та прес-кіту.

Тема 7. Правові та етичні питання електронного маркетингу.

Тема 8. Аналіз комунікацій між бізнесом і органами влади: прес-релізи, заяви, офіційні звернення.

Тема 9. Структура електронного маркетингу.

Політика курсу

✓ Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За пропуски занять без поважної причини здобувач вищої освіти буде неатестований з даної дисципліни. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані під час консультацій або на Освітньому порталі університеті.

✓ Навчання відбувається в online- формі на Освітньому порталі ТДАТУ з використанням системи Moodle або за посередництва інших інформаційно-комунікаційних платформ чи технологій за погодженням із викладачем курсу.

✓ Списування під час виконання контрольних заходів, диференційованого заліку та екзамену заборонені, зокрема із використанням мобільних гаджетів, комунікаційних засобів тощо.

✓ Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).

✓ Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися академічної етики: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність, дбайливо ставитись до обладнання та книжкового фонду ТДАТУ, виконувати графік освітнього процесу.

Рекомендована література

1. Білоус В.С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз в економічній діяльності): Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2019. – 275 с.

2. Королько В. Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика. К.: Видавничий дім «Скарби», 2020. – 400 с.
3. Почепцов Г. Паблік рилейшнз: Навч. посіб. – К., 2020. – 280 с.
4. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю : Навчальний посібник. Київ: НМЦВО, 2023. – 560 с.
5. Почепцов Г. Паблік рилейшнз: Навч. посіб. – К., 2024. – 280 с.

Гарант освітньої програми



Лариса БОЛТЯНСЬКА