

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

Факультет економіки та бізнесу
Кафедра менеджменту та публічного адміністрування

СИЛАБУС
з навчальної дисципліни
«ПАБЛІК РИЛЕЙШИНЗ»

| | |
|--------------------------|--|
| Викладач (і) | к.е.н., доц. Плотніченко Світлана Романівна http://feb.tsatu.edu.ua/teacher/plotnichenko-svitlana-romanivna/ |
| Кількість кредитів | 5 |
| Загальна кількість годин | 150 |

Загальний опис навчальної дисципліни

Анотація курсу. Паблік рилейшнз організовує, побудову та управління комунікативними потоками будь-якої структури (в т.ч. й організації), а також рішення задач комунікативної організації суспільства в цілому. Будь-яка структура для успішного функціонування повинна враховувати думки і настрої, як своїх власних співробітників, так і те зовнішнє оточення, з яким вона пов'язана численними видами залежності. Її ефективному функціонуванню сприяє система методів і прийомів, спрямована на оптимізацію комунікативних взаємодій зі значними для неї суб'єктами соціальної середовища. Для майбутніх фахівців в області менеджменту оволодіння основними технологіями і інструментарієм зв'язків з громадськістю є одним з головних умов їх успішної професійної діяльності. Цей курс знайомить студентів з історією та сучасними підходами до вивчення дисципліни «Зв'язки з громадськістю».

Метою є формування у студентів системного комплексу теоретичних знань, практичних умінь і навичок в галузі зв'язків з громадськістю. В процесі вивчення курсу у слухачів повинно скластися розуміння природи і необхідності зв'язків з громадськістю, процесів, що відбуваються в комунікативному просторі і в організації як елементі цього простору. Все це сприяє виробленню навичок підготовки і прийняття рішень, що відносяться до сфери паблік рилейшнз, та адекватного використання PR-технологій для гармонізації публічного комунікативного простору організації.

Завдання : засвоєння студентами теоретичних засад та практичних умінь етичної ділової поведінки, оволодіння прийомами та нормами розв'язання практичних ситуацій.

Орієнтовний перелік тем лекцій

1. Предмет, об'єкт і основні категорії публік рилейшнз як науки. Загальна характеристика системи зв'язків з громадськістю
2. Система масових комунікацій у суспільстві. Стратегічні комунікації. Планування, організація та здійснення зв'язків з громадськістю
3. Механізм взаємодії із засобами масової інформації (ЗМІ)
4. Зв'язки з громадськістю в промисловості та комерційній діяльності
5. Зв'язки з громадськістю у фінансовій сфері
6. Корпоративний імідж та його використання у зв'язках з громадськістю
7. Зв'язки з громадськістю — передумова успіху в маркетингу

Орієнтовний перелік тем практичних занять

1. Зв'язки з громадськістю як галузь знань
2. Поняття комунікацій Основні моделі комутаційного процесу.
3. Паблік рилейшнз та громадська думка
4. Організація та проведення PR- заходів.
5. PR в системі маркетингових комунікацій
6. Управління кризою
7. Сучасні виборчі технології зв'язків з громадськістю

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 університету.

Через об'єктивні причини (наприклад, карантин, хвороба, участь у конференції, науковому проєкті, міжнародному стажуванні) навчання може відбуватись в on-line 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. *Алешина И. В.* Паблик рилейшнз для менеджеров и бизнесменов. — М., 2007.
2. *Блэк Сэм.* Введение в паблик рилейшнз. — Ростов н/Д, 2008.
3. *Королько В. Г.* Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика: Підручник. — 2-ге вид., допов.— К., 2009.
4. *Моисеев В. А.* Паблик рилейшнз — средство социальной коммуникации. Теория и практика. — К., 2009.
5. *Невзлин Л. В.* Паблик рилейшнз. Кому это нужно? — М., 2008.
6. *Почепцов Г.* Паблік рилейшнз: Навч. посіб. — К., 2009.
7. *Синяева И. М.* Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учеб./ Под ред. проф. Г. А. Васильева. — М., 2008.