**АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**
**«ПАБЛІК РІЛЕЙШН»**

**Освітні програми:** «Адміністративний менеджмент», «Регіональне управління», «Публічне управління та адміністрування»

**Статус:** вибіркова навчальна дисципліна.

**Навчальний рік:** 2020-2021 н.р., III семестр.

**Мета вивчення дисципліни** –оволодіння основами PR, формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок встановлення двостороннього спілкування для виявлення загальних уявлень або загальних інтересів і досягнення взаєморозуміння, заснованого на правді, знанні і повній інформованості..

**Завдання дисципліни:**сформувати у студентів стійкі знання з теорії паблік рілейшнз; навчити студентів системно сприймати маркетинговий, рекламний, комунікативний процеси у бізнесі, застосовувати сучасні комунікативні та інформаційні технології для побудови паблік рілейшнз кампаній; навчити студентів самостійним відслідковувати події, що відбуваються у суспільстві.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен **знати**:

- передумови виникнення PR та історію становлення його як сфери діяльності; системність PR в економічній сфері;
- економічні функції PR; PR у маркетингу, менеджменті і у маркетингових комунікаціях; специфіку PR у бізнесі; цілі, принципи, функції PR у бізнесі;
- PR з і його складові: пабліситі, корпоративна реклама, спонсорство, благодійність, суспільна діяльність, антикризове управління, лобіювання;
- специфіку роботи фахівців з PR у бізнесі: посадові обов’язки, розподіл ролей; правове регулювання PR у бізнесі; етичні норми у PR;
- тенденції розвитку індустрії PR в Україні та світі; становлення ринку PR-послуг в Україні. Роль засобів масової інформації у PR-діяльності підприємства;
- засоби PR у відносинах з громадськістю: новини, факти, публікації, публічні виступи, спічрайтинг, спонсоринг, фандрейзинг, спеціальні заходи;

**вміти**:

- Визначати потребу у проведенні PR заходів;
- розробляти стратегічні і тактичні плани PR діяльності (визначати цілі та концепції PR кампанії, потрібні асигнування на неї, види і носії комунікативних повідомлень, конкретні завдання, застосовувати сучасні комунікативні технології для її побудови, а також засоби масової інформації для її розміщення);
- організовувати PR діяльність підприємства, координувати її з партнерами, рекламними агентствами, засобами масової інформації, комунікативною діяльністю конкурентів у межах певних товарних груп, впливовими особами суспільства; ефективно продавати PR послуги, здійснювати консультування;
- управляти кризовими ситуаціями у бізнесі з допомогою PR;
- вивчати ефективність проведення PR-кампанії, розробляти рекомендації щодо її коригування; застосовувати набуті знання у своїй практичній діяльності.

**Зміст дисципліни.**

Тема 1. Сучасна концепція паблік рілейшнз у бізнесі.

Тема 2. Паблік рілейшнз у системі управління ринковою діяльністю підприємства.

Тема 3. Паблік рілейшнз у системі управління підприємством.

Тема 4. Маркетингові дослідження у бізнес PR.

Тема 5. Засоби PR у бізнесі.

Тема 6. Управління PR кампаніями у бізнесі.

Тема 7. Моделювання процесу комунікативного впливу паблік рілейшнз на економічну поведінку ринкових суб’єктів.

Тема 8. Іміджелогія у бізнес PR.

Тема 9. Паблік рілейшнз у конфліктних та кризових ситуаціях.

**Викладацький склад:**

***Лектор:***к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Блюмська-Данько К.В.

***Викладач практичних занять:***к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Блюмська-Данько К.В.

**Тривалість**: 4 кредити ECTS, 12 тижнів, 4 години на тиждень.

**Оцінювання:** поточне оцінювання – 2 модульні контролі, підсумковий контроль – іспит.