

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ

Цикл: професійної підготовки за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Статус: вибірковий освітній компонент

Курс 4, 8 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..

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів **фахових компетентностей**, передбачених відповідною освітньо-професійною програмою:

- здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими;

- здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів;

- здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу;

- здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку;

- здатність проводити дослідження поведінки споживачів та аналіз конкурентів; формувати та обґрунтовувати стратегії розвитку товарної, цінової та комунікаційної політики, використовуючи сучасні прийоми та методи аналізу ринкового середовища.

У результаті вивчення освітнього компонента здобувач повинен бути здатним продемонструвати такі **результати навчання**, передбачених освітньо-професійною програмою:

- виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів;

- відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки;

- вміти формувати положення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики підприємства з використанням інформаційно-комунікаційних фахових технологій; використовувати ІТ – технології при визначенні стратегії розвитку маркетингової діяльності аграрних підприємств.

ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

Тема 1. Сучасна концепція публік релейшнз у бізнесі.

Тема 2. Публік релейшнз у системі управління ринковою діяльністю підприємства.

Тема 3. Публік релейшнз 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 публік релейшнз на економічну поведінку ринкових суб'єктів.

Тема 8. Іміджелогія у бізнес PR.

Тема 9. Публік релейшнз 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: 5 кредитів ECTS, 12 тижнів, 4 години на тиждень.

Оцінювання: поточне оцінювання – 2 модульні контролі, підсумковий контроль – залік