

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



PR - ТЕХНОЛОГІЇ

спеціальність	075 Маркетинг	обов'язковість дисципліни	вибіркова
освітня програма	Маркетинг	факультет	управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	Перший (бакалаврський)	кафедра	маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

ВИКЛАДАЧ

Тарасов Ігор Юрійович



Вища освіта – спеціальність «Економіка»

Науковий ступень - кандидат економічних наук 08.00.03 – економіка та управління національним господарством.

Вчене звання - доцент кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом.

Досвід роботи – більше 30 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

- автор більш ніж 200 наукових праць., в тому числі, навчальні посібники - 2, монографій - 5 (у співавторстві);
- досвід роботи головою експертної комісії щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти підготовки фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» зі спеціальності 5.03050701 «Маркетингова діяльність» у ЖТЕК КНТЕУ (наказ МОН № 897-А від 06.06.17 р.); у ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» (наказ МОН № 1154-Л від 13.06.2018 р.); в Державному вищому навчальному закладі «Чернівецький індустріальний коледж» (наказ МОН № 321-Л від 17.04.2019 р.).
- Член Громадської організації «Українська асоціація маркетингу», Центру маркетингових досліджень і маркетингових інновацій, учасник освітньо-науково-виробничого кластеру ХДУХТ «Повноцінне харчування: інноваційні аспекти технології, енергоефективного виробництва та маркетингу».
- Підготовлено переможців всеукраїнських та регіональних конкурсів студентських наукових робіт з маркетингу
- Учасник наукових та методичних конференцій

телефон

0673788299

електронна пошта

igor_tarasov@ukr.net

дистанційна підтримка

Moodle

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	формування у здобувачів вищої освіти компетентностей та системи знань щодо базових категорій PR, методів проведення розробки та дослідження ефективності відповідних програм, набуття практичних навичок щодо їх використання та аналізу в процесі здійснення професійної діяльності.
Формат	лекції, семінарські та практичні заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання, командна робота.
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	<ul style="list-style-type: none">• Аналізувати й оцінювати рівень ефективності PR-технологій у діяльності підприємства, вміти розробляти PR програми для підприємства, у тому числі під час кризи / індивідуальні практичні завдання• Знати специфіку PR-технологій та вміти їх використовувати у різних галузях народного господарства / індивідуальні практичні завдання• Володіти методами розробки ефективної PR кампанії / індивідуальні практичні завдання• Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані рішення / тренінг , командний проект.
Обсяг і форми контролю	кредити ECTS 3 (годин - 90): 12 годин лекції, 18 годин практичні; 60 годин – самостійна робота; модульний контроль (2 модулі); підсумковий контроль – залік.
Вимоги викладача	вчасне виконання завдань, активність, командна робота
Умови зарахування	згідно з навчальним планом

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Модуль 1.

Лекція 1.	Поняття та сутність PR	Семінарське заняття	Поняття та сутність PR	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу; підготовка з визначених для обговорення питань; розв'язання практичних завдань.
Лекція 2	Основи комунікацій в PR	Семінарське заняття	Основи комунікацій в PR		
	Організація PR-кампаній	Практичне заняття	Розробка PR-кампаній		
Лекція 3	Взаємовідносини зі ЗМІ	Семінарське заняття	Взаємовідносини зі ЗМІ		

Модуль 2.

Лекція 4	Взаємодія зі споживачами	Семінарське заняття	Взаємодія зі споживачами	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу; підготовка з визначених для обговорення питань; розв'язання практичних завдань.
Лекція 5	Організація спеціальних подій	-	-		
	PR під час кризи	Практичне заняття	Розробка PR-технологій під час кризи		
Лекція 6	Управління PR	Семінарське заняття	Підсумковий семінар-диспут		

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література

1. Гарматюк О. В. Паблік рилейшнз: навчально-методичний посібник. Умань: Візаві, 2019. 248 с.
2. Тарасов І.Ю. Навчально-методичний посібник у структурно-логічних схемах «Паблік рилейшнз». Харків: Видавництво Іванченко І.С., 2015. 100 с.
3. Смірнова К.В. PR менеджмент: конспект лекцій. Одеса: ОДЕКУ, 2021. 192 с.

Методичне забезпечення

1. Полякова О. О., Рябініна О. В., Харламов М. І. Основи Паблік Рілейшнз: практикум. Харків: НУЦЗУ, 2023. 52 с.
2. Спілька рекламистів України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://reklamspilka.in.ua/>
3. Всеукраїнська рекламна коаліція [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://vrk.org.ua/ad-market/>
4. Українська асоціація PR [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://uapr.com.ua/>
5. Міжнародний професійний журнал «Маркетинг та реклама» [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.mr.com.ua

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (електронне посилання на положення)

	СИСТЕМА	БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 90	90% від усередненої оцінки за модулі
		до 10	залік
Модульне оцінювання	90 бальна сумарна	до 40	відповіді на семінарських заняттях
		до 40	виконання практичної роботи
		до 10	результат засвоєння блоку самостійної роботи

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.