

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



PR - ТЕХНОЛОГІЇ

спеціальність	не обмежено	обов'язковість дисципліни	вибіркова
освітня програма	не обмежено	факультет	управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	не обмежено	кафедра	маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

ВИКЛАДАЧ

Бубенець Ірина Георгіївна



Вища освіта – спеціальність Маркетинг

Науковий ступінь – кандидат економічних наук

Вчене звання – доцент кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

Досвід роботи – більш 20 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

- співавторка посібників і методичних рекомендацій
- співавторка наукових публікацій в сфері цифрового маркетингу;
- учасниця наукових і методичних конференцій
- керівник наукових студентських робіт, публікацій і дипломних робіт за тематикою курсу
- Членкиня Громадської організації «Українська асоціація маркетингу»;

телефон

електронна пошта

bubirag8@gmail.com

дистанційна підтримка

Google Meet: <https://meet.google.com/imd-xqvh-eog>

Moodle:

<https://moodle.btu.kharkiv.ua/login/index.php>

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	<ul style="list-style-type: none">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, практичні заняття, самостійна робота, 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 завданняЗнати специфіку PR-технологій та вміти їх використовувати у різних галузях народного господарства / індивідуальні практичні завданняВолодіти методами розробки ефективної PR кампанії / індивідуальні практичні завданняВиконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані рішення / тренінг , командний проект.
Обсяг і форми контролю	3 кредити ECTS (90 годин): 12 годин лекцій, 18 годин практичних; модульний контроль (2 модулі); підсумковий контроль – залік.
Вимоги викладача	вчасне виконання завдань, активність, командна робота, участь в дискусіях
Умови зарахування	вільне зарахування

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Модуль 1. СУТНІСТЬ ТА ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ «ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ»

Лекція 1.	Сутність поняття «паблік рілейшнз» (PR)	Практичне заняття 1	Сутність поняття «паблік рілейшнз» (PR)	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу; підготовка з визначених для обговорення питань; розв'язання практичних завдань.
Лекція 2.	Паблік рілейшнз і громадськість	Практичне заняття 2	Паблік рілейшнз і громадськість		
Лекція 3.	PR -програми	Практичне заняття 3	Управління PR -процесом Етапи PR -програми.		

Модуль 2. ОРГАНІЗАЦІЯ І КОНТРОЛЬ PR

Лекція 4.	Комунікації в PR. Робота із засобами масової інформації	Практичне заняття 4 Практичне заняття 5	Сутність, етапи та елементи комунікації Комунікаційна складова реалізації PR-програми Основні інструменти пабліситі	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу; підготовка з визначених для обговорення питань; розв'язання практичних завдань.
Лекція 5.	Створення іміджу	Практичне заняття 6	Імідж та його природа Формування іміджу		
Лекція 6.	Паблік рілейшнз у кризових ситуаціях. Управління PR.	Практичне заняття 7	Типологія криз Управління кризою		
		Практичне заняття 8	Комунікація в кризових ситуаціях Управління PR.		
		Практичне заняття 9	Підсумковий семінар-диспут		

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література	<ol style="list-style-type: none"> Гарматюк О. В. Паблік рилейшнз: навчально методичний посібник. Умань: Візаві, 2019. 248 с. Примак, Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 202 с. Ромат, Є. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс) : навч. посіб. / Є. В. Ромат, І. О. Бучацька, Т. В. Дубовик; Київський національний торговельно-економічний університет. Київ, 2016. 284 с.. Смірнова К.В. PR менеджмент: конспект лекцій. Одеса: ОДЕКУ, 2021. 192 с. 	Методичне забезпечення	<ol style="list-style-type: none"> Полякова О. О., Рябініна О. В., Харламов М. І. Основи Паблік Рілейшнз: практикум. Харків: НУЦЗУ, 2023. 52 с. Спілка рекламистів України [Електроний ресурс] – Режим доступу: http://reklamspilka.in.ua/ Всеукраїнська рекламна коаліція [Електроний ресурс] – Режим доступу: https://vrk.org.ua/ad-market/ Українська асоціація PR [Електроний ресурс] – Режим доступу: https://uapr.com.ua/ Міжнародний професійний журнал «Маркетинг та реклама» [Електроний ресурс] – Режим доступу: www.mr.com.ua
-------------------	--	-------------------------------	--

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ <https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/01/norm-b-pol-org-op.pdf>

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 100	За результатами поточного оцінювання
Поточне оцінювання	100 бальна сумарна	до 80	результати практичних занять
		до 20	результат засвоєння блоку самостійної роботи

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися Кодексу академічної доброчесності Державного біотехнологічного університету (<https://surl.li/nwuvwx>) та вимог, які прописані у Положенні про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин (<https://surl.li/rrlgvz>) виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність