МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра ПІДПРИЄМНИЦТВА, МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ЛОГІСТИКИ

 **ЗАТВЕРДЖУЮ**

 Декан факультету менеджменту

 \_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_І.Г. Шавкун\_\_\_\_

 “\_\_\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2019 р.

**“PR-МЕНЕДЖМЕНТ”**

(назва навчальної дисципліни)

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки бакалавра \_\_

спеціальності 073 Менеджмент

освітньо-професійна програми “Менеджмент організацій і адміністрування”

**Укладач Полусмяк Ю.І.**, к.е.н, доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики

|  |  |
| --- | --- |
| Обговорено та ухваленона засіданні кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістикиПротокол № 1 від “28” серпня 2019 р. Завідувач кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики Л.М. Бухаріна(підпис) (ініціали, прізвище ) | Ухвалено науково-методичною радою факультету менеджментуПротокол №\_1\_від “30”серпня 2019 р. Голова науково-методичної ради факультету менеджменту О.В. Юдіна(підпис) (ініціали, прізвище ) |

## 2019 рік

**1. Опис навчальної дисципліни**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Найменування показників**  | **Галузь знань,** **напрям підготовки,** **рівень вищої освіти**  | **Характеристика навчальної дисципліни** |
| денна форма навчання | заочна форма навчання |
| Кількість кредитів – **3** | Галузь знань07 Управління і адміністрування | За вибором |
| Цикл дисциплін професійної підготовки |
| Розділів – **2** | Спеціальність073 Менеджмент  | **Рік підготовки:** |
| Загальна кількість годин – **90** | 4-й | - |
| **Лекції** |
| Тижневих годин для денної форми навчання:аудиторних – **3**самостійної роботи студента –**3.5** | Освітньо-професійна програми“Менеджмент організацій і адміністрування” | 28 год. | - |
| **Практичні** |
| 14 год. | - |
| Рівень вищої освіти: **бакалаврський** | **Самостійна робота** |
| 48 год. | - |
| **Вид підсумкового контролю**: залік |

### **2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Метою** викладання навчальної дисципліни “PR-менеджмент” є ознайомлення студентів з природою, методами та стратегією паблік рілейшнз, його комунікативнимитосновами і практикою в різних сферах діяльності. Сутність, технології та завдання зв‘язківз громадськістю розкриваються через виявлення історичних витоків та суспільної потреби становлення цієї сфери людської діяльності і наукової дисципліни.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни “PR-менеджмент” є вивчення концепції PR як одного з важливих елементів сучасного цивілізованого соціального механізму, що органічно впливає на ефективність соціально-політичної та комерційної діяльності.

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

- теорію та практику функціонування організацій у мінливих умовах сучасного ринкового соціально-економічного середовища,

- регулювання процесів, які в них відбуваються у взаємозв'язку із зовнішнім середовищем тощо;

- основні організаційні теорії;

- теоретико-методологічні засади створення й функціонування організацій;

- основні методичні підходи аналізу внутрішнього й зовнішнього середовища організацій;

- побудову організаційних структур організацій різних типів;

**вміти:**

- працювати з монографічними, довідкову енциклопедичними, статистичними, електронними джерелами з соціально- економічної проблематики та менеджменту;

- володіти методикою розрахунків основних показників та використання методологічних інструментів з метою пізнання мінливих явищ та процесів, які впливають на стан організації;

- використовувати методологічні та методичні прийоми вивчення ефективності діяльності й проектування організацій;

- досліджувати й характеризувати різні види організацій, визначаючи їх переваги й недоліки;

- здійснювати порівняльний аналіз і формування різних типів організаційних структур;

- визначати чинники формування іміджу й культури організації;

- розробляти заходи з трансформації, як організації у цілому, так і її складових з урахуванням впливу факторів зовнішнього середовища.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти **компетентностей:**

**-**Здатність застосовувати знання про сучасні досягнення в предметній області

- Володіння основами проектування, експлуатації та технічного обслуговування об'єктів та систем

- Здатність використовувати навички роботи з комп'ютером та знання й уміння в галузі сучасних інформаційних технологій для рішення експериментальних і практичних завдань

- Здатність використовувати знання, уміння й навички в галузі теорії й практики управління, автоматизації технологічними процесами промисловості.

**Міждисциплінарні зв’язки.**

Вивчення курсу базується на знаннях, отриманих студентами під час вивчення циклу фундаментальних та професійно-орієнтованих дисциплін: “Основи менеджменту”, “Управління персоналом”, “Стратегічний менеджмент”, “Інноваційний менеджмент”, “Маркетинг”.

**3. Програма навчальної дисципліни**

**Розділ 1 .** “**ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗВ’ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ**”

*Тема 1. Застосування PR в сучасній практиці*

Вступ до навчальної дисципліни. Умови функціонування людини і суспільства в ХХІ сторіччі; значення комунікації для сучасної людини; Етапи комунікаційної революції. Визначення паблік рілейшнз. Об‘єкт та предмет дисципліни. Функції та принципи PR. Історія виникнення зв‘язків з громадськістю. Напрями реалізації PR -роботи. Відмінності PR від споріднених видів діяльності. Форми організації PR -роботи. Власна PR -служба; місце PR - департаменту у функціональній структурі організації та зв‘язок з іншими структурними підрозділами, структури PR -служби, функції та напрями діяльності PR -служби. Робота із PR -агентством. Індивідуальне PR - консультування, робота з незалежними PR -фахівцями. Вимоги до особистих якостей фахівця з паблік рілейшнз.

*Тема 2. Підготовка PR-проекту*

Складові PR - кампанії: визначення та аналіз проблеми, планування і програмування; дія і комунікація; оцінка ефективності та корегування дії. Розробка PR - стратегії: аналіз ситуації, проведення досліджень; постановка цілей та завдань; визначення цільових аудиторій; складання плану дій; підходи та принципи формування бюджету PR -кампанії; визначення ресурсів PR -кампанії; показники ефективності PR -кампанії. Основні принципи оцінки ефективності PR -діяльності. Складові PR - оцінки. Способи вимірювання ефективності PR -діяльності. Оцінка основних підсумків і наслідків PR-кампанії. PR -аудит: основні напрями, цілі, критерії дослідження

*Тема 3. Громадськість і громадська думка в PR*

Поняття громадськості: визначення, ознаки громадськості. Підходи до типологізації груп громадськості; зовнішня і внутрішня громадськість. Визначення цільових/пріоритетних груп громадськості. Специфіка PR -роботи з цільовими групами громадськості по всім сферам застосування PR. Громадськість і аудиторія в PR. Поняття громадської думки: визначення, об‘єкт, суб‘єкт, властивості громадської думки. Функції громадської думки, форми та канали вираження громадської думки. Спіраль мовчання Ноель-Нойман. Позиція П.Бур‘є та П.Шампаня щодо громадської думки. Методи дослідження громадської думки

**Розділ 2 .** “**ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ ЗВ’ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ**”

*Тема 4. Робота із ЗМІ як складова ПР-діяльності*

Загальні правила роботи із ЗМІ. Комунікаційні переваги та недоліки. Показники діяльності ЗМІ в Україні. Специфіка електронних, друкованих та мультимедійних ЗМІ для поширення PR -матеріалів. Співпраця з українськими і світовими інформаційними агенціями в ході реалізації PR -кампаній. Медіапланування. Моніторинг ЗМІ. Підготовка до інтерв‘ю, специфіка проведення інтерв‘ю з різними засобами масової інформації. Публічний виступ. Типи публічних промов. Техніки підготовки спікера до виступу. Особливості подачі інформації під час виступів. Закони сприйняття інформації аудиторією

*Тема 5. Спеціальні заходи в PR*

Поняття спеціальних подій, їх характерні ознаки та класифікація; Загальні вимоги до організації спеціальних подій. Прес-конференція, прес-тур, прес-ланч, прес-брифінг, презентація, конференція, круглий стіл, дні відкритих дверей, виставки семінари. Типи PR-документів та їх характеристика. Типологія криз. Стадії розвитку криз. Розробка плану PR-дій компанії в кризовій ситуації. PR-способи управління репутацією під час кризи. Співпраця із ЗМІ під час кризи. Основні принципи PR в кризових ситуаціях. Стратегії відновлення після кризи. Правила антикризового менеджменту. Спеціальні заходи під час кризи

*Тема 6. Регулювання PR-діяльності. Етика в PR. Імідж і репутація*

Імідж в паблік рілейшнз: визначення, складові, характеристики, функції іміджу. Репутація в PR. Технології управління репутацією. Імідж і репутація: спільне і відмінне. Імідж керівника. Поняття іміджу керівника. Типи іміджу керівника. Складові іміджу керівника. PR-способи формування, підвищення іміджу керівника: оцінка іміджу. Імідж організації: основні ознаки, особливості та структура. Основні етапи формування іміджу організації. Технології підвищення іміджу організації. Законодавче регулювання PR -діяльності в Україні. Етичні засади PR - діяльності, етичні рівні здійснення PR –діяльності та їх характеристика. Діяльність IPRA щодо регулювання етики ПР, роль Української PR- ліги та Української асоціації ПР щодо формування етичних засад PR -діяльності. Міжнародні та українські кодекси професійної поведінки PR-спеціаліста.

*Тема 7. Розробка комунікативної стратегії в кризовій ситуації*

Типологія криз. Стадії розвитку криз. Розробка плану PR-дій компанії в кризовій ситуації. PR-способи управління репутацією під час кризи. Співпраця із ЗМІ під час кризи. Основні принципи PR в кризових ситуаціях. Стратегії відновлення після кризи. Правила антикризового менеджменту. Спеціальні заходи під час кризи.

**4. Структура навчальної дисципліни**

|  |  |
| --- | --- |
| Назви тематичних розділів і тем | Кількість годин |
| денна форма | заочна форма |
| усього  | у тому числі | усього  | у тому числі |
| л | пр. | сам. роб. | л | пр. | сам. роб. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Розділ 1 . “ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗВ’ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ” |
| Тема 1. Застосування PR в сучасній практиці | 14 | 4 | 2 | 8 | - | - | - | - |
| Тема 2. Підготовка PR-проекту | 14 | 4 | 2 | 8 | - | - | - | - |
| Тема 3. Громадськість і громадська думка в PR | 14 | 4 | 2 | 8 | - | - | - | - |
| Разом за розділом 1 | 42 | 12 | 6 | 24 | - | - | - | - |
| Розділ 2 . “ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ ЗВ’ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ” |
| Тема 4. Робота із ЗМІ як складова PR-діяльності | 12 | 4 | 2 | 6 | - | - | - | - |
| Тема 5. Спеціальні заходи в PR. | 12 | 4 | 2 | 6 | - | - | - | - |
|  Тема 6. Регулювання PR-діяльності. Етика в PR. Імідж і репутація | 12 | 4 | 2 | 6 | - | - | - | - |
| Тема 7. Розробка комунікативної стратегії в кризовій ситуації | 12 | 4 | 2 | 6 |  |  |  |  |
| Разом за розділом 2 | 48 | 16 | 8 | 24 | - | - | - | - |
| Усього годин | 90 | 28 | 14 | 48 | - | - | - | - |

**5. Теми лекційних занять**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № теми з/прогр.  | Назва теми | Кількістьгодин, денна форма |
|
| 1 | Застосування PR в сучасній практиці | 4 |
| 2 | Підготовка PR-проекту | 4 |
| 3 | Громадськість і громадська думка в PR | 4 |
| 4 | Робота із ЗМІ як складова PR-діяльності | 4 |
| 5 | Спеціальні заходи в PR. | 4 |
| 6 | Регулювання PR-діяльності. Етика в PR. Імідж і репутація | 4 |
| 7 | Розробка комунікативної стратегії в кризовій ситуації | 4 |
| ***Разом*** | ***28*** |

**6. Теми практичних занять**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № теми з/прогр.  | Назва теми | Кількістьгодин, денна форма |
|
| 1 | Застосування PR в сучасній практиці | 2 |
| 2 | Підготовка PR-проекту | 2 |
| 3 | Громадськість і громадська думка в PR | 2 |
| 4 | Робота із ЗМІ як складова PR-діяльності | 2 |
| 5 | Спеціальні заходи в PR. | 2 |
| 6 | Регулювання PR-діяльності. Етика в PR. Імідж і репутація | 2 |
| 7 | Розробка комунікативної стратегії в кризовій ситуації | 4 |
| ***Разом*** | ***14*** |

**7. Самостійна робота**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № теми з/прогр.  | Назва теми | Кількістьгодин, денна форма |
| 1 | Застосування PR в сучасній практиці | 8 |
| 2 | Підготовка PR-проекту | 8 |
| 3 | Громадськість і громадська думка в PR | 8 |
| 4 | Робота із ЗМІ як складова PR-діяльності | 6 |
| 5 | Спеціальні заходи в PR. | 6 |
| 6 | Регулювання PR-діяльності. Етика в PR. Імідж і репутація | 6 |
| 7 | Розробка комунікативної стратегії в кризовій ситуації | 6 |
| ***Разом*** | ***48*** |

1. **Види контролю і система накопичення балів**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Вид контролю** | **№** | **Вид контрольного заходу** | **Кількість контрольних заходів** | **Кількість балів за 1 захід** | **Усього балів** |
| **Денна форма** |
| **Поточний контроль** | **1** | Збір, систематизація та аналіз фактичного матеріалу, доповіді на практичних заняттях | 7 | 2 | **14** |
| **2** | Виступ, презентація й обговорення результатів дослідження матеріалу на практичних заняттях | 7 | 2 | **14** |
| **3** | Розв’язання навчальних кейсів за тематикою практичного заняття | 2 | 2 | **4** |
| **4** | Контрольне тестування за результатом вивчення матеріалу **Розділу 1, Розділу 2**  | 2 | 5 | **10** |
| **5** | Самостійне проходження тесту за матеріалом **Розділу 1, Розділу 2** у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ **Moodle**  | 2 | 9 | **18** |
| **Підсумковий** **контроль – залік** | **6** | **Вирішення контрольних ситуативних задач та навчальних кейсів (у письмовій формі)** | 1 | 25 | **40** |
| **Контрольне тестування** за вивченим матеріалом курсу (у письмовій формі) | 15 |
| **Усього балів** | **21** |  | **100** |

**Критерії оцінювання**

1. *Збір, систематизація та аналіз фактичного матеріалу, доповіді: 1-2 бал(и).*

2 бали - відповідь правильна, повна, інформацію з різних джерел систематизовано, виокремлено основні положення, структурно об’єднано та стисло проаналізовано кожне з них, зроблено ґрунтовні узагальнюючі висновки.

1 бал - відповідь в цілому правильна, виокремлено основні положення кожного з джерел, але не зроблено їх відповідного аналізу та узагальнюючих висновків.

*2. Виступ, презентація й обговорення результатів дослідження матеріалу на практичних заняттях: 1-2 бал(и).*

2 бали – виступ та презентацію підготовлено за темою дослідження, чітко визначено зміст; зроблено глибокий системний аналіз змісту презентації, виявлено нові ідеї та положення, що не були розглянуті, але які суттєво впливають на зміст, надано власні аргументи щодо основних положень теми, що досліджується.

1 бал - підготовлено додатковий матеріал з теми, що обговорюється, доповнює зміст виступу, висловлено власну думку.

*3. Розв’язання навчальних кейсів за тематикою практичного заняття: 1-2 бал(и).*

2 бали - проаналізовано зміст навчального кейса, дано вичерпні відповіді на всі питання, зроблено ґрунтовні узагальнюючі висновки та надано рекомендації.

1 бал - правильно виокремлено основні положення навчального кейса, проведено відповідний аналіз, але не зроблено узагальнюючих висновків.

*4. Контрольне тестування за результатом вивчення матеріалу Розділу 1, Розділу 2: 0-5 бал(ів).*

0,5 бала за кожну правильну відповідь (всього 10 тестових запитань до кожного розділу).

*5. Самостійне проходження тесту за матеріалом Розділу 1, Розділу 2 у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ Moodle: 0-9 бал(ів).*

1 бал за кожну правильну відповідь (9 тестових завдань до кожного розділу). За умови виконання тесту не менше, ніж на 85%. Кількість спроб не враховується. Час не обмежено.

*6. Вирішення контрольних ситуативних задач та навчальних кейсів (у письмовій формі): 0- 25 балів.*

15 балів – задачу вирішено вірно, проведено розрахунки, зроблено висновки, надано рекомендації.

10 балів - проаналізовано зміст навчального кейса, дано вичерпні відповіді на всі питання, зроблено ґрунтовні узагальнюючі висновки та надано рекомендації.

*Контрольне тестування за вивченим матеріалом курсу (у письмовій формі) 0-15 бал(ів)*

1 бал за кожну правильну відповідь (всього 15 тестових запитань).

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *За шкалою*ECTS | За шкалою **університету** | **За національною шкалою** |
| Екзамен | Залік |
| A | 90 – 100(відмінно) | 5(відмінно) | Зараховано |
| B | 85 – 89(дуже добре) | 4 (добре) |
| C | 75 – 84(добре) |
| D | 70 – 74(задовільно)  | 3 (задовільно) |
| E | 60 – 69(достатньо) |
| FX | 35 – 59(незадовільно – з можливістю повторного складання) | 2 (незадовільно) | Не зараховано |
| F | 1 – 34(незадовільно – з обов’язковим повторним курсом) |

1. **Рекомендована література**

**Основна**:

1. Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика. Підручник. Київ : Бізнесполіграф, 2011. 464 с.

2. Королько В.Г., О.В. Некрасова Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 3-тє вид. доп. і перероб. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2012. 831 с.

3. Тихомирова Є.Б. Зв’язки з громадськістю: навч. пос. Київ : 2013. 365 с.

4. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. Москва : Дело, 2010. 560c.

5. Шевченко О.В.Основи PR-практики (прикладний аспект): посібник. Київ : Центр вільної преси, 2012. 157 с.

6. Шевченко О.В., Шевченко Г.В. Оцінка ефективності PR-діяльності: антологія. Київ : Центр вільної преси, 2012. 234 с.

**Додаткова**

1. Бове К. Л., Аренс У. Ф. Современная реклама: пер. с англ. Тольятти: изд.-й дом "Довгань", 1995. 661 с.

2. Джефкінс Ф. Реклама: практичний посібник: пер. з 4-го англ. вид. Київ : Знання; КОО, 2001. 456 с.

3. Королько *В*. *Г.* Паблик рілейшнз. Наукові основи, методика, практика: підручник.2-е вид.-я, доп.. Київ : ВД "Скарби", 2001. 368 с.

4. Примак, Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 202 с.

5. Ромат Є. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навч. посібник. Київ, 2016. 284 с.

6. Олве Н.-Г., Петри К.-Й. Баланс между стратегией и контролем. СПб: “Питер”, 2007. 320 с.

7. Салига П*.* Затвердження видавничих макетів у замовника. Київ : ЖОВТА СТРІЛА. 2006. 32 с.

**Інформаційні ресурси**

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 26.08.2019).
2. Кабінет Міністрів України. Урядовий портал. URL: http:// [www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua) (дата звернення: 26.08.2019).
3. Международный технический журнал “Мир техники и технологий”. URL: <http://www.mtt.com.ua/> (дата звернення: 26.08.2019).
4. Міністерство економічного розвитку і торгівлі. Офіційний веб-сайт. URL: <http://www.me.gov.ua> (дата звернення: 26.08.2019).
5. Науково-практичний журнал “Менеджмент сьогодні”. URL: <http://grebennikon.ru/journal-6.html> (дата звернення: 26.08.2019).
6. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: [www.rada.gov.ua/](http://www.rada.gov.ua/). (дата звернення: 26.08.2019).
7. Президент України. Офіційне інтернет-представництво. URL: <http://www.president.gov.ua> (дата звернення: 26.08.2019).

Погоджено \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 з навчальним відділом

“\_\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Доповнення та зміни до робочої програми навчальної дисципліни**

**“PR-МЕНЕДЖМЕНТ”**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Протокол засідання кафедри  (дата та номер) | Внесені зміни | Підпис завідувача кафедри, дата |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |