

«ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-
педагогічної та навчальної роботи
_____ О.І. Гура
(підпис) (ініціали, прізвище)
« _____ » _____ 20__ р.

PR МЕНЕДЖМЕНТ
ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
підготовки бакалаврів
напряму 6.030601 Менеджмент
спеціальності 6.03060101 - Менеджмент організацій і адміністрування
спеціалізація: Менеджмент туристичного, готельного та курортного
сервісу
(шифр за ОПП ПП 5.40)

Кафедра менеджменту організацій та логістики

2016 рік

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО: кафедрою менеджменту організацій та логістики факультету менеджменту Запорізького національного університету

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Гуржій Н.М., д.е.н, доцент, професор кафедри менеджменту організацій та логістики

ОБГОВОРЕНО ТА РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАТВЕРДЖЕННЯ
кафедрою менеджменту організацій та логістики

«3» вересня 2015 року, протокол №1

Завідувач кафедри д.е.н, професор _____

Л.М. Бухаріна

ВСТУП

Програма курсу «PR менеджмент» відповідає навчальному плану підготовки з напрямку: 6.030601 «Менеджмент», ОКР «Бакалавр», професійного спрямування «Менеджмент організацій», спеціалізації: «Менеджмент туристичного, готельного та курортного сервісу».

Зв'язки з громадськістю – це невід'ємна частина сучасної управлінської діяльності, яка спрямована на створення атмосфери взаєморозуміння між організацією і громадськістю, між партнерами у всіх сферах суспільного життя на основі правдивої і повної інформації.

Зв'язки з громадськістю як наука виникла і розвивається на стику соціальної психології, логіки, менеджменту і маркетингу, її основна мета – забезпечити формування громадської думки та управління нею за допомогою використання сучасних систем масової комунікації та заходів масової інформації – преси, радіо, телебачення, зв'язку а також безпосередніх контактів з громадськістю, з цільовою аудиторією, партнерами, споживачами, клієнтами.

Навчальний курс «PR менеджмент» розрахований на підготовку фахівців, чия діяльність пов'язана з плануванням, організацією і безпосереднім здійсненням корпоративних комунікацій у конкурентних умовах сучасного туристичного, готельного та курортного сервісу.

Менеджмент у сфері зв'язків з громадськістю сьогодні – це науково-управлінський аспект процесів вирішення проблем і змін, що відбуваються у будь-якій організації, що базується на раціоналізмі та попередньому та стратегічному плануванні.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є сутність системи зв'язків організації (фірми) з цільовою аудиторією та її елементів, закономірності й випадковості їх виникнення, функціонування та розвитку, принципи і методи діяльності з формування та управління громадською думкою в інтересах організації і громадськості.

Міждисциплінарні зв'язки: "Менеджмент", "Соціологія", "Соціально-текстологічний аналіз", "Системологія", "Інформаційно-аналітична робота".

Вивчення курсу є продовженням освоєння загальних гуманітарних, соціально-економічних, загальних професійних дисциплін і дисциплін спеціалізації: психологія і педагогіка, соціологія, маркетингові дослідження ринку, маркетинг, основи ділової комунікації, комунікаційний менеджмент, етика бізнесу. Викладання курсу повинне інтегрувати отримані студентами раніше знання і навички для вирішення конкретних завдань професійної діяльності.

Курс «PR менеджмент» складається з 2 змістових модулів та шести тем, що дозволяє здобути і систематизувати знання про створення та управління іміджем організації.

Змістовий модуль 1. **Теоретичні аспекти зв'язків з громадськістю**

Змістовий модуль 2. **Практика застосування зв'язків з громадськістю**

1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ.

Мета – ознайомлення студентів з природою, методами та стратегією паблік рілейшнз, їх комунікативними основами і практикою в різних сферах діяльності. Сутність, технології та завдання зв'язків з громадськістю розкриваються через виявлення історичних витоків та суспільної потреби становлення цієї сфери людської діяльності і наукової дисципліни

Використовуючи системний підхід до технологій формування іміджу організації в сучасних соціально-економічних умовах, курс покликаний вирішити наступні **завдання**:

- вивчення концепції PR як одного з важливих елементів сучасного цивілізованого соціального механізму, що органічно впливає на ефективність соціально-політичної та комерційної діяльності;
- розкриття ролі та місця PR в організації діяльності підприємства на основних етапах становлення його діяльності;
- установлення залежності функціонування підприємства від об'єктів PR; формування ефективної системи управління з урахуванням впливу комплексу функцій PR;
- вибір оптимальних форм практичного використання інструментів PR, презентацій, круглих столів, прес-конференцій тощо;
- розвиток організаційних форм управління PR на сучасному ринку послуг;
- формування механізму стратегічного й оперативного планування розвитку підприємства з урахуванням PR;
- установлення структурно-блочного складу інформаційної системи як основного елементу масових комунікацій;
- дослідження цілей, задач основних напрямлень розвитку PR як однієї з важливих складових системи засобів масових комунікацій;
- висвітлення ролі та впливу ЗМІ – преси, радіо, телебачення – при встановленні ефективних комунікацій між підприємствами та громадськістю у процесі взаємодії;
- розкриття впливу системи засобів PR на становлення успіху.

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

- концепції PR у сучасних умовах;
- організаційні форми управління PR, у тому числі цілі, задачі та функції;
- специфіку формування PR як мистецтва й науки досягнення гармонії за допомогою взаєморозуміння, що ґрунтується на правді й повній інформованості;

- механізми організації, планування й сучасної реалізації системи PR для отримання успіху;
- зміст основних елементів ЗМІ і, в першу чергу, важливих інструментів цієї індустрії – преси, радіо, телебачення.

уміти :

- використовувати форми та методи системи PR для успішної реалізації проектів за рахунок урахування суспільної думки, вміння на нього впливати й установлювати активні комунікації;
- запроваджувати основні принципи PR в діяльність з урахуванням впливу факторів соціальної сфери;
- складати результативні PR-звернення, направлені на формування іміджу підприємства;
- володіти механізмами планування, організації й проведення PR-кампаній;
- активно використовувати основні напрямлення PR для результативної участі у виставках (ярмарках);
- оцінювати результати діяльності служби PR з наступним аналізом і розробляти рекомендації щодо створення атмосфери довіри на підприємстві та за її межами.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 120 години 4 кредит ЄКТС.

2. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Тема 1. Застосування PR в сучасній практиці.

Вступ до навчальної дисципліни. Умови функціонування людини і суспільства в XXI сторіччі; значення комунікації для сучасної людини; Етапи комунікаційної революції. Визначення публік релейшнз. 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 публік релейшнз.

Тема 2. Підготовка PR-проекту.

Складові PR - кампанії: визначення та аналіз проблеми, планування і програмування; дія і комунікація; оцінка ефективності та корегування дії. 6 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.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Тема 1. Робота із ЗМІ як складова PR-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 2. 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 3. 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 PR, роль Української PR -ліги та Української асоціації PR щодо формування етичних засад PR -діяльності. Міжнародні та українські кодекси професійної поведінки PR -спеціаліста.

3. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика. Підручник – К.: Бізнесполіграф, 2011. – 464с.
2. Королько В.Г., О.В. Некрасова Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 3-тє вид. доп. і перероб. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009.— 831 с.
3. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю. Навчальний посібник. – К.2001. – 365 с.
4. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. - М., Дело, 2010, - 560с.
5. Шевченко О.В. Основи PR-практики (прикладний аспект): Посібник – К.: Центр вільної преси, 2007. – 157 с.
6. Шевченко О.В., Г.В.Шевченко Оцінка ефективності PR-діяльності: Антологія - К.: Центр вільної преси, 2007. – 234 с.

Додаткова

1. Чумиков А. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд. - М.: Аспект Пресс. - 2012. - 160с.
2. Данилина В., М. Луканина, Л. Минаева, Л. Салиева, А. Филимонов Реклама и связи с общественностью. Составление документов. - М.: Аспект Пресс. 2012. - 320 с.
3. Чумиков А.Н. Кейсы и деловые игры по связям с общественностью. - М., Кнорус, 2010. - 315с.
4. Лебедева Т. Паблік рілейшнз. Системные модели, технологии. – М., 2007. – 224 с.
5. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз для професіоналів. – К., 2005. – 506с
6. Маркони Джо PR. Полное руководство М.: Вершина, 2006. - 256 с.
7. Элисон Тикер Паблік рілейшнз. Учебник - М.: Проспект, 2005. - 336 с
8. Ольшевський А. Антикризисный PR и консалтинг. – Спб, 2003. – 432 с.

9. Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение – Спб., 2003. – 352 с.
10. Ольшанский В. Политический PR. – Спб., 2003. – 560 с.
11. Косарчук В., Сильницький Ю. Організація роботи оргнів державної податкової служби із засобами масової інформації. – Х., 2003. – 72 с.
12. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. – М., 2002. – 493 с.
13. Ньюсом Д., Ван-Слайк Д.-Т., Крукеберг Д. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз: пер. с англ. - М., 2001.
14. Губерський Л., Андрущенко В, Михальченко М. Культура. Ідеологія. Особистість: Методолого-світоглядний аналіз. – К.: Знання України, 2002. – 580 с.
15. Шевченко О.В. PR-технології в міжнародних відносинах: європейський досвід та перспективи України. – К., 2003. – 189 с.
16. Блэк Сэм Паблик рилейшнз – М.: Сирин, 2002. - 202 с.
17. Ньюсом Даг, Ван Слайк Терк Джуди, Крукеберг Дин Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз – Спб.: ИМИДЖ-Контакт, Инфра-М, 2011. - 628
18. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики – М.: Финпресс, 2012. - 240 с.
19. Гундарин М. Книга руководителя отдела PR. Практические рекомендации – Спб.: Питер, 2014 - 386 с.
20. Гунаре М.Л. Толковый словарь для PR-менеджеров М.: Вершина, 2015. - 284 с.
21. Деннис Л. Уилкокс Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ - М.: ИМИДЖ-Контакт, Инфра – М, 2014. - 761 с.
22. Катлип Скотт М., Сентер Аллен Х., Брум Глен М. Паблик рилейшенз. Теория и практика – М.: Вильямс, 2000 - 624 с.

Інформаційні ресурси

<http://www.eventmarket.ru> - спеціалізований інформаційний портал, присвячений організації спеціальних заходів

<http://www.vd.net.ua/> - Український діловий журнал "Власть денег "

<http://www.publicity.kiev.ua/> - спеціалізований ресурс з PR і інших комунікацій.

<http://www.4p.ru/> - ресурс про маркетинг і пов'язаних з ним сферах

<http://www.r2b.ru/> - Інформаційно-аналітичне агентство, що спеціалізується в області високих технологій

<http://adme.ru> - щоденне галузеве інтернет-видання про ринок реклами, маркетингу, PR.

<http://www.prweek.com/> - Онлайн-версія одного з найбільших видань про PR.
<http://www.sostav.ru> - спеціалізований ресурс, що містить розгорнуту інформацію про різні сегменти ринку реклами й PR.
<http://www.sovetnik.ru> - Щомісячний професійний журнал про зв'язки із громадськістю й ринку PR.
<http://www.prschik.kiev.ua/> - Український сайт про PR, маркетингу й рекламі
<http://propel.ru/> - інформація про рекламу на телебаченні й радіо, зовнішній рекламі, рекламі в інтернет і інші види реклами.
<http://www.pr-center.org.ua/> - веб-ресурс для недержавних організацій, які цікавляться питаннями просування своїх інституцій за допомогою комунікативних технологій
<http://adcoalition.org.ua/rus/main.php> - Всеукраїнська рекламна коаліція.
<http://www.reklamaster.kiev.ua/> - Український рекламний портал
<http://advertising.com.ua/> - Реклама в Україні
<http://www.marketing.web-standart.net/> - Журнал про маркетинг, рекламу й PR
<http://www.piar.kiev.ua/> - Асоціація політичних консультантів України
<http://www.mm.com.ua/> - Marketing Mix - електронний журнал.
<http://www.management.com.ua/> - Менеджмент: методологія й практика
www.prweekuk.com - PR Week
www.prnewswire.com - PR Newswire 93.
www.ragan.com - Journal of Employee Communications Management 94.
www.prandmarketing.com - Спільний проект PR News, Interactive PR & Marketing News і декількох інших ведучих видань
www.pr-liga.org.ua - офіційний сайт ВГО «Українська ліга зі зв'язків із громадськістю»
www.uapr.com.ua - офіційний сайт Української Асоціації зі зв'язків з громадськістю

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання: залік

5. Засоби діагностики успішності навчання : тестування, усне та

письмове опитування, співбесіда, виконання практичних завдань.