

PR менеджмент – стратегії і тактики

Викладач: к.е.н., доцент
кафедри менеджменту
Дранус Любов Сергіївна

Результати курсу:

має знати:

- основні поняття, тлумачення і терміни публік релейшнз;
- принципи, функції і завдання PR у бізнесі;
- типи, категорії, види PR та їх форми;
- регулювання зв'язків з громадськістю;
- ринок зв'язків з громадськістю;
- діяльність підрозділів і учасників PR-ринку та бізнесу;
- стандарти професії та вимоги до працівників в галузі зв'язків з громадськістю.

має вміти:

- визначати рекламу та публік релейшнз;
- формувати ефективні рекламні та PR-комунікації;
- застосовувати види, форми реклами та PR для просування певних ринкових об'єктів;
- складати стратегічні та тактичні плани рекламної та PR-комунікації;
- планувати та проводити заходи PR-комунікації;
- виконувати посадові функції менеджерів зв'язків з громадськістю.

Формат: вибіркова дисципліна

Орієнтовний обсяг: 3-5 кредити ECTS, з яких 30-54 годин семінарських занять та 60-96 годин самостійної роботи

Мета: формування умінь розроблення стратегії зв'язків з громадськістю, ознайомлення з актуально-практичними та науково-прикладними основами зв'язків з громадськістю.

Орієнтовна тематика курсу:

Тема 1. Сучасна концепція публік релейшнз у бізнесі

Тема 2. Публік релейшнз у системі управління ринковою діяльністю підприємства

Тема 3. Маркетингові дослідження у бізнес публік релейшнз

Тема 4. Засоби масової інформації і їх роль у публік релейшнз діяльності підприємства

Тема 5. Моделювання процесу комунікативного впливу публік релейшнз на економічну поведінку ринкових суб'єктів

Тема 6. Теоретичні основи іміджу

Тема 7. Методи побудови та підтримування іміджу товару, торгової марки, підприємства у бізнесі

Тема 8. Комплексна система оцінювання іміджу підприємства

Тема 9. Антикризовий та адаптаційний публік релейшнз у бізнесі

PR менеджмент – стратегії і тактики

Загальні компетентності:

- ЗК2 Здатність до спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- ЗК3 Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.
- ЗК4 Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.
- ЗК5 Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

Спеціальні(фахові)компетентності:

- СК2 Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани.
- СК3 Здатність до саморозвитку, навчання впродовж життя та ефективного самоменеджменту.
- СК5 Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.
- СК6 Здатність формувати лідерські якості та демонструвати їх в процесі управління людьми.
- СК8 Здатність використовувати психологічні технології роботи з персоналом.

Програмні результати:

- ПРН2 Ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення.
- ПРН5 Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах.
- ПРН7 Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті.
- ПРН9 Вміти спілкуватись в професійних і наукових колах державною та іноземною мовами.
- ПРН10 Демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач.
- ПРН11 Забезпечувати особистий професійний розвиток та планування власного часу.
- ПРН12 Вміти делегувати повноваження та керівництво організацією (підрозділом)
- ПРН13 Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу).

PR менеджмент – стратегії і тактики

Орієнтовне оцінювання:

Залік-Іспит – 30-40 балів

Робота за семестр – 70-60 балів:

- участь у дискусіях під час обговорення, вирішення ситуаційних задач, презентації – 50-40 балів

- виконання тестових завдань – 10 балів

- виконання контрольної роботи – 5 балів

- наукове повідомлення та його презентація – 5 балів

Технічні вимоги: Для більш якісного викладання лекційного матеріалу та зручного проведення семінарських занять аудиторії мають бути забезпечені: проекційним мультимедійним обладнанням (проектор, екран, ноутбук/комп'ютер); доступом до мережі Internet, точка доступу Wi-Fi; –OS: Windows, Android; програмне забезпечення: Word, Excel, PowerPoint; Skype, Zoom, Google Meet; системою електронного навчання Moodle 3.9 тренінгова аудиторія (дошка, фліпчарт, комплект канцелярського приладдя для творчості: маркери, олівці, кольорові стікери, ватман, блокнот для фліпчарту тощо)

Академічна доброчесність: передбачає самостійне виконання контрольної роботи у разі наявності текстових збігів, копіювання, списування або фальсифікації даних робота не зараховується

Вимоги до робіт:

Під час роботи на семінарах оцінюється активна участь під час обговорення та відповідей на питання, володіння теоретичним матеріалом та вміння його використовувати при вирішенні ситуаційних завдань; в командній роботі додатково оцінюється вміння розподілити обов'язки та злагоджена робота колективу, вирішення конфліктних ситуацій, що заважають вирішенню завдань.

Тестові завдання складаються з питань та 4 варіантів відповідей, з яких правильною є лише 1. Кожна правильна відповідь оцінюється в 0,5 балів

Контрольна робота проводиться письмово в аудиторії та складається з Звідкритих питань, що базуються на лекційному матеріалі

Наукове повідомлення готується за запропонованою тематикою, орієнтовний обсяг 10-15 аркушів формату А4 друкованого тексту (до 10 слайдів презентації). Кількість опрацьованої літератури - не менше ніж 10-15 джерел (крім підручників). Оцінюється: новизна, обґрунтованість вибору джерел літератури, відповідність змісту обраній темі, цілям і завданням, поставленим у вступі, ступінь розкриття теми та вміння презентувати.