



Силабус навчальної дисципліни
«Паблік рілейшнз»

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	ОПП «Маркетинг»
Освітній рівень	Першій (бакалаврський)
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	4 курс, 7 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 22 год.
	Практичні – 20 год.
	Самостійна робота – 78 год.
Форма підсумкового контролю	Диференційований залік
Кафедра	Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108А, https://nipp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html
Викладач	Добрянська Вікторія Вікторівна, к.т.н., доцент
Контактна інформація викладача	fem.dobryanska@nipp.edu.ua
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
Консультації	Аудиторія 108*А відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – формування уявлення про паблік рілейшнз як ефективний інструмент розвитку бізнесу, основні поняття і напрямки роботи в піарі, управління іміджем, напрацювання прийомів та PR-технологій створення свого власного ділового імені, вміння ефективно представляти та позиціонувати свою ідею або бізнес-проект.	
Програмні результати навчання <ul style="list-style-type: none">– Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;– Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта;– Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості;– Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	
Передумови для навчання Попередньо опановані дисципліни: маркетингове ціноутворення	
Індивідуальне завдання	Не передбачено
Зміст навчальної дисципліни Тема 1. Зв'язки з громадськістю як сфера діяльності і галузь наукових знань. Тема 2. Паблік рілейшнз у системі маркетингових комунікацій. Тема 3. Цільова аудиторія Паблік рілейшнз. Тема 4. Вибір інструментів і каналів комунікації з громадськістю. PR – копірайтинг. Тема 5. Соціально-психологічні умови організації зав'язків з громадськістю. Тема 6. Використання інструментів PR	



органами виконавчої влади та місцевого самоврядування. **Тема 7.** Використання паблік рілейшнз у персональному продажі. **Тема 8.** Умови успішного публічного виступу.

Сторінка курсу на платформі Moodle

<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=1298>

Рекомендовані джерела

1. Березенко В. В. PR в Україні: наукове осмислення феномену: Монографія. К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2013. 360 с
2. Климанська Л. Д. Зв'язки з громадськістю: технології прагматичної комунікації [Навчальний посібник]. Львів: НУ «ЛП», 2014. 164 с
3. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях. [Навчальний посібник]. К.: «Кондор-Видавництво», 2014. 246 с
4. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів. [текст] : навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2013. 202 с.
5. Ромат Є. В., Бучацька І.О., Дубовик Т.В. Основи зв'язків з громадськістю: Навч. пос. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2014. 243 с.
6. Impressive Advertising - Abellan Miquel: AbeBooks.com, 2019. 144 p.
7. Valentini, C. (2021), «Trust research in public relations: an assessment of its conceptual, theoretical and methodological foundations», *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 26 No. 1, pp. 84-106. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-01-2020-0030>.
8. Andersson, R. (2022) Public Relations Strategizing: A Theoretical Framework for Understanding the Doing of Strategy in Public Relations. *Journal Of Public Relations Research*, Vol. 36 No. 2, pp. 91-112. doi.org/10.1080/1062726X.2023.2259523. URL: https://lucris.lub.lu.se/ws/portalfiles/portal/159445082/Andersson_2023.pdf

Система оцінювання результатів навчання

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 70 балів, за результатами підсумкового контролю – 30 балів. Студент, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 35 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій програмі навчальної дисципліни.

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Виконання завдань на практичному занятті	70
Диференційований залік	30
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкалі оцінювання Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	
60 - 63	E	задовільно
35 - 59	FX	незадовільно
1 - 34	F	



Політика навчальної дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у робочій програмі навчальної дисципліни (<https://dist.nupp.edu.ua/mod/resource/view.php?id=1298>).

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол від «28» серпня 2023 року № 13