



Силабус навчальної дисципліни «PR у маркетингових комунікаціях»

Спеціальність	029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»
Освітня програма	Освітньо-професійна програма «Інформаційна аналітика та PR-діяльність» першого бакалаврського рівня вищої освіти галузі знань: 02 «Культура і мистецтво».
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	3 курс, 6 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 24 год.
	Практичні – 24 год.
	Самостійна робота – 72 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Економіки, підприємництва та маркетингу, ауд.108А https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html
Викладач (-і)	Добрянська Вікторія Вікторівна, к.т.н., доцент
Контактна інформація викладача (-ів)	fem.dobryanska@nupp.edu.ua
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
Консультації	аудиторія 108 А відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – формування уявлення про Public relations як ефективний інструмент розвитку організації, 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 проєкт.	
Результати вивчення навчальної дисципліни – - РН 4 Застосовувати у професійній діяльності технології інформаційного менеджменту, створення і підтримки функціонування електронних бібліотек та архівів, методологію вивчення та задоволення культурних та інформаційних потреб користувачів. - РН 13 Оцінювати результати діяльності та відстоювати прийняті рішення. - РН 14 Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію українською мовою та однією з іноземних мов. - РН 15 Використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва. - РН 16 Приймати обґрунтовані управлінські та технологічні рішення. - РН 17 Бути відповідальним, забезпечувати ефективну співпрацю в команді. - РН 20 Уміти оприлюднювати результати власних теоретико-прикладних досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів. - РН 21 Уміти розробляти якісний інформаційний контент і медійні продукти для різних цільових аудиторій з урахуванням їх соціально-психологічних особливостей, а також відповідно до стратегій формування іміджу й бренду.	



Передумови для навчання Попередньо опанована дисципліна: «Маркетинг інформаційних продуктів та послуг».	
Зміст навчальної дисципліни Змістовий модуль 1. Основні поняття Public relations Тема 1. Сутність і роль PR. Цілі PR. Тема 2. Основні поняття PR-психології та їх використання. Тема 3. Робота зі стереотипами Клієнтів. Змістовий модуль 2. Розробка PR-композицій та їх реалізація Тема 4. Комунікаційні ресурси PR-композицій. Тема 5. Розробка PR-композицій. Тема 6. Основні PR-прийоми. Тема 7. Психоаналіз та нейролінгвістичні технології в PR.	
Сторінка курсу на платформі Moodle	https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=4712
Рекомендовані джерела 1. Coombs, W. Timothy (2019). Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. ISBN 9781544331959. 256 pp. 2. "Code of Ethics - Public Relations Society of America". Public Relations Society of America. Retrieved 31 October 2018. 3. Impressive Advertising - Abellan Miquel: AbeBooks.com, 2019. 144 p. 4. Kelleher, T. (2018). Public Relations (1st ed.). New York, NY: Oxford University Press. 438pp. 5. PR-Management and Branding of Media Channels with the Application of Social Networks. Tatiana Shalman, Viktoriia Dobrianska, Marianna Kokhan, Khrystyna Pletsan, Anatolii Humenchuk. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, VOL.21 No.7, July 2021, https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.7.8 6. Добрянська В. В. Навчальний посібник із дисципліни «Маркетингові комунікації» для студентів спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти – Полтава: НУПП, 2021. – 113с http://lib.pntu.edu.ua 7. Климаська Л. Д. Зв'язки з громадськістю: технології прагматичної комунікації [Навчальний посібник] / НУ"ЛП", 2014. 164 с 8. Конспект лекцій із дисципліни «Паблік рилейшнз» для студентів спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. / Укладач Добрянська В.В. Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2021. 83с.	
Система оцінювання результатів навчання: За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 50 балів, за результатами підсумкового контролю 50 балів; студент, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 25 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни. Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій навчальній програмі дисципліни.	
Накопичування балів з навчальної дисципліни	
Види навчальної роботи	Мак кількість балів
Виконання завдань на практичному занятті	50
Екзамен	50
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	
1 – 34	F	незадовільно
Політики 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, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=4712		

Силабус затверджено на засіданні кафедри «Економіки, підприємництва та маркетингу»

27 серпня 2024 р. Протокол № 20



Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»