АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Public Relation»

Мета вивчення навчальної дисципліни – навчити здобувачів вищої освіти теоретичному усвідомленню та навичкам, зокрема щодо формування зв'язків підприємства з громадськістю, головне призначення яких – створення та підтримання сприятливої думки різних категорій громадськості про компанію, створення її позитивного іміджу та асоціації за допомогою системи комунікативних технологій. професійної роботи в галузі сучасних зв`язків з громадськістю («Public Relation», PR), як науки, галузі бізнесу та засобу політики. Мати розуміння про функкції, задачі, сфери примінення PR, знати принципи організації та специфіку роботи PR в ринкових умовах. Знання, отримані здобувачами в результаті опанування дисципліни є основою для здійснення практичної діяльності у сфері PR-послуг. Здобувач повинен вміти аналізувати PR-компанії, які проводяться в засобах масової інформації, орієнтуватися на ринку PR-послуг.

Міждисциплінарні зв'язки: Public Relation як навчальна дисципліна інтегрує велику кількість базових категорій та прийомів загальнотеоретичних і спеціальних дисциплін таких, як: «Організація туристичного бізнесу», «Організація та планування туристичного бізнесу», «Організація дозвілля», «Організація готельно-ресторанногобізнесу», «Івент менеджмент», тощо.

Перелік компетенцій, яких набуде здобувач після опанування навчальної дисципліни:

1. **Знати та розуміти:**

- базові категорії і поняття Public Relation;
- історію виникнення та розвитку Public Relation;
- основні функції PR в системі ринкової економіки;

- основи спілкування, види, правила розмовного етикету та ведення діалогу, прийоми переконання;
- основи маркетингових досліджень в PR, особливості розповсюдження PR - сповіщень;
- специфіку організації рекламної і PR - діяльності;
- основи планування і проведення компанії по зв'язкам з громадськістю;
- принципи і методи розробки PR - бюджета;
- специфику анализу.

2. **Вміти:**

- встановлювати, підтримувати і розвивати міжособові відносини, ділові відносини з представниками різличных структур, рекламними агентствами;
- брати участь в створенні ефективної комунікаційної інфраструктури организації;
- формувати і підтримувати корпоративну культуру;
- організовувати і проводити соціологічні дослідження з метою прогнозування громадської думки і розрабка заходів по підвищенню іміджу компанії.

- **Сфера реалізації набутих знань і вмінь в майбутній професії:** на бізнесовому рівні (організовувати підготовку до випуску, виробництва і розповсюдження рекламної продукції, організовувати власну діяльність, обирати методи та засоби виконання професійних завдань, оцінювати їх ефективність і якість, тощо) та управлінському рівні (використовувати методики і техніки проведення опитувань громадської думки і фокус - групп в ринкових дослідженнях, тощо)

Зміст навчальної дисципліни за темами:

Тема 1. Public Relation: сутність, еволюція розвитку, основні категорії.

Тема 2. Основні напрями послуг в Public Relation.

Тема 3. Етика і професійні стандарти у сфері Public Relation.

Тема 4. Професійні і особисті якості фахівця в здійсненні Public Relation.

Тема 5. Використання зв'язків із засобами масової інформації при здійсненні Public Relation.

Тема 6. Спеціальні заходи в системі Public Relation.

Тема 7. Внутрішньокорпоративний Public Relation.

Тема 8. Дослідження, планування, організація та здійснення Public Relation

Тема 9. Оцінка ефективності програми Public Relation.

Науково-педагогічні працівники та адреси їх електронної пошти

к.е.н., доц. Шевчук Оксана Василівна, shevoksana555@gmail.com

Рекомендовані інформаційні джерела

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: Монографія. -К., 2005. - 437, с.
2. Березенко В.В. PRв Україні наукове осмислення феномену : монографія / В. В. Березенко. – К.: Академія Української преси; Центр Вільної Преси, 2013. - 192 с.
3. Тихомирова Є.Б. PR-формування відкритого суспільства: Монографія / Є.Б. Тихомирова. – К.: Наша культура і наука, 2003. – 197 с.
4. Центр соціальних та маркетингових досліджень «Socis» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://socis.kiev.ua/ua/

5. Енциклопедія чорного піару [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.novayagazeta.ru/articles/2007/05/14/33525-entsiklopediyachernogo-piara