



ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ»

1. Код: ВВ6

2. Назва: Паблік рілейшнз.

3. Тип: вибірковий.

4. Рівень вищої освіти: I (бакалаврський).

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: 4.

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: 7

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 2,25

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: Мартинюк Оксана Володимирівна, к.е.н., доц.

9. Результати навчання:

- знати поняття паблік рілейшнз, принципи, правила і функції паблік рілейшнз;
- вміти розробляти прес-релізи та оцінювати ефективність PR-діяльності підприємства.;
- розуміти сутність громадськості, її групи; характеристику громадської думки.;
- враховувати особливості PR-діяльності в Україні; знати сутність PR-інструментарію;
- оцінювати ефективність PR-діяльності підприємства.

10. Форми організації занять: навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, поточний модульний контроль.

11. • Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни: «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингові дослідження», «Інтернет-бізнес».

• **Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності):** «Маркетинговий аудит», «Маркетинг у банках», «Креативний маркетинг».

12. Зміст курсу: Значення та історія розвитку науки «Паблік рілейшнз». Сучасна концепція паблік рілейшнз. Паблік рілейшнз у системі управління ринковою діяльністю підприємства. Паблік рілейшнз у системі управління підприємством. Маркетингові дослідження у паблік рілейшнз. Засоби паблік рілейшнз. Управління PR-кампаніями у бізнесі. Моделювання процесу комунікативного впливу паблік рілейшнз на економічну поведінку ринкових суб'єктів. Іміджелогія у бізнес-ПР. Паблік рілейшнз у конфліктних і кризових ситуаціях.

13. Рекомендовані навчальні видання:

1. Кендюхов О.В. Паблік рілейшнз в корпоративному брендингу: механізм управління та методологія оцінки [Монографія] / О.В. Кендюхов, К.Ю. Янгельська. – Донецьк: [б/в], 2010. – 225 с.
2. Примак Т. О. Паблік рілейшнз у бізнесі: Навч. посіб. / Т.О. Примак. – К.: КНЕУ, 2006. – 176 с.
3. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз: Навч. посіб. – 2-ге вид., випр. І доп. – К. : Знання, КОО, 2004. – 373 с.
4. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.

14. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:

20 год. лекцій, 14 год. практичних робіт, 37 год. самостійної роботи. Разом – 81 год.

Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

15. Форми та критерії оцінювання:

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль: залік в кінці 7 семестру.

Поточний контроль (100 балів): тестування, опитування.

16. Мова викладання: українська.



DESCRIPTION OF EDUCATIONAL DISCIPLINE " PUBLIC RELATIONS "

1. Code: BB6

2. Title: Public relations.

3. Type: вибірковий

4. Higher education level: the first (Bachelor's degree).

5. Year of study, when the discipline is offered: 4.

6. Semester when studying discipline: 7

7. Number of established ECTS credits: 2,25

8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, degree, position: Martyniuk Oksana, candidate of sciences (economics) associate professor.

9. Learning outcomes:

- to know the concept of public relations, principles, rules and functions of public relations;
- be able to develop press releases and evaluate the effectiveness of PR-activity of the enterprise .;
- understand the essence of the community, its group; characteristic of public opinion;
- take into account the peculiarities of PR-activities in Ukraine; know the essence of the PR toolkit;
- assess the effectiveness of PR-activities of the enterprise.

10. Forms of organizing classes: training classes, independent work, practical training, control measures, current module control.

11. • Disciplines preceding the study of the specified discipline: «Marketing», «Marketing Research», «Marketing Commodity Policy», «Money and Credit», «Economic Marketing Mechanism», «Marketing Audit».

• **Disciplines studied in conjunction with the discipline (if necessary):** "Marketing Audit", "Marketing in Banks", "Creative Marketing".

12. Content of the course: Meaning and History of Science "Public relations". Modern concept of public relations. Public relations in the system of management of market activity of the enterprise. Public relations in the enterprise management system. Marketing research in public relations. Public relations tools. Management of PR-campaigns in business. Simulation of communicative impact of public relations on the economic behavior of market actors. Imageology in business PR. Public relations in conflict and crisis situations.

13. Recommended editions:

1. Kendiukhov O.V. Public relations in corporate branding: management mechanism and assessment methodology [Monograph] / O.V. Kendiukhov, K.Yu. Yangelskaya - Donetsk: [b / u], 2010. - 225 p.
2. Primak T. O. Public relations in business: Teaching. manual / T.O. Primer - K.: KNEU, 2006. - 176 p.
3. Pocheptsov G.G. Public relations: Teach. manual - 2nd form., Vopr. And add - K.: Knowledge, KOU, 2004. - 373 p.
4. Marketing: Teaching. manual / M.V. Malchyk, N.A. Gontarenko, O.V. Popko, Z.O. Tolchanova, B.O.Korol, O.V. Martynjuk, S.I. Koval; per community Ed. doctor of sciences, prof. Malchyk M.V. - Rivne: NUVGP, 2014 - 444 p.

14. Planned types of educational activities and teaching methods:

lectures – 20 hours, practical classes – 14 hours, independent work – 37 hours. Total – 81 hours.

Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementation of business and role games, case studies, individual and group research tasks, using multimedia tools.

15. Forms and assessment criteria:

The evaluation is carried out on a 100-point scale.

Final control: test at the end of the 7 semester.

Current Control (100 points): testing, questioning.

16. Language of teaching: Ukrainian.

Head of the Department

M.V. Malchyk,
Doc. econ Sciences, prof.